आर्थिक पत्रकारिता

आर्थिक

लेखक

डॉ. दयानन्द

संजय बुक सेण्टर, गोलघर, वाराणसी

अम्मा श्रीमती प्यारी देवी

एवं

पिताजी डॉ. सम्पूर्णानन्द

को

सादर समर्पित

संवाद

अर्थ प्रधान युग मे आर्थिक एव औद्योगिक गतिविधियो का दायरा देश की भौगोलिक सीमाओं को पार करते हुए विश्व के कोने-कोने तक फैल गया है। विभिन्न देशो के पारस्परिक सम्बन्ध अब इन्ही आर्थिक सम्बन्धों पर ही निर्धारित होने लगे हैं। इन आर्थिक रिश्तो को दिशा देने के लिए दुनिया के पैमाने पर अनेक संघटन अस्तित्व में आये हैं। सचार के क्षेत्र में आयी अभिनव क्राति ने विश्व की भौगोलिक सीमाओं को अर्थहीन बना दिया है। 'ग्लोबल विलेज' की अवधारणा ने 'आर्थिक गांव बने विश्व को' मूर्त रूप दे दिया है। इण्टरनेट के माध्यम से पूरी दुनिया के बारे मे पल-प्रतिपल प्राप्त होने वाली अद्यतन सूचनाओ से आर्थिक-व्यापारिक गतिविधियो को नयी दिशा और शक्ति मिली है। इन सब के मूल में सूचनाओ की महत्त्वपूर्ण भूमिका है। सूचनाएं अब शक्ति बन गयी है। वही व्यक्ति, समाज और राष्ट्र आर्थिक रूप से सम्पन्न होता है जो सूचनाओं से भी सम्पन्न होता है। सूचनाओं की विपन्नता से आर्थिक समृद्धि और खुशहाली की कल्पना नहीं की जा सकती है।

इन्हीं सूचनाओं के बढ़ते महत्व के परिणामस्वरूप पत्रकारिता की प्राचीन विधा आर्थिक पत्रकारिता का भी नये सन्दर्भ में महत्व बढ गया है। आर्थिक पत्रकारिता अब उपेक्षा की स्थिति से उबर कर धीरे-धीरे पुन: प्रतिष्ठित हो रही है। आर्थिक पत्रकारिता का क्षेत्र और महत्व दिनों-दिन व्यापक होता जा रहा है। व्यापारिक गतिविधियो के वैश्वीकरण और सरकार की आर्थिक उदारीकरण की नीति से आर्थिक पत्रकारिता को और महत्व मिलने लगा है। जहॉ पहले समाचारपत्रों मे कुछ ही कालम स्थान आर्थिक समाचारो को मिलते थे अब वहीं स्वतंत्र रूप से आर्थिक दैनिक समाचारपत्र भी प्रकाशित होने लगे है। आर्थिक समाचारों और लेखों के प्रेषण हेतु स्वतंत्र समाचार तथा फीचर एजेंसियां सक्रियता से कार्य कर रही हैं। साप्ताहिक, पाक्षिक तथा मासिक पत्रिकाओं के अतिरिक्त 'ट्रेड मैगजीन', गृह पत्रिकाएं आदि भी प्रकाशित हो रहीं है। प्रिण्ट मीडिया के अतिरिक्त इलेक्ट्रानिक मीडिया खासतौर से टेलीविजन पर भी आर्थिक समाचारों को न केवल पर्याप्त महत्व मिल रहा है बल्कि स्वतत्र रूप से इसके चैनल भी प्रारम्भ हो गये है। आर्थिक पत्रकारिता के उज्ज्वल भविष्य को देखते हुए इंजीनियर, चार्टर्ड एकाउण्टेण्ट और प्रबन्धशास्त्र मे स्नातक तथा स्नातकोत्तर उपाधिधारी लोग भी आर्थिक पत्रकारिता के पेशे की ओर आकृष्ट हुए है। वस्तुत: यह पत्रकारिता के क्षेत्र में बढ़ते हुए विशेषीकरण के महत्व का परिचायक है।

अग्रेजी के समाचारपत्रो ने आर्थिक पत्रकारिता को जितना अधिक प्रोत्साहित किया है उसकी तुलना मे हिन्दी के समाचारपत्रों मे आर्थिक पत्रकारिता काफी पीछे है। उसमे मौलिक लेखन का भी अभाव है। हिन्दी के मुकाबले अन्य भारतीय भाषाओ मे प्रकाशित होने वाले समाचारपत्र आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे कही आगे है। हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता की वर्तमान स्थिति को सन्तोषजनक नही कहा जा सकता है। उसे अनेक समस्याओं से जूझना पड रहा है। इसके बावजूद हिन्दी मे आर्थिक पत्रकारिता की असीम सभावनाए है। आवश्यकता है इन संभावनाओ के अनुरूप उसे दिशा देने की जिससे कि राष्ट्रभाषा हिन्दी और बडी सख्या मे हिन्दी भाषा-भाषियों की आर्थिक, औद्योगिक, व्यापारिक आदि विषयों से सम्बन्धित जिज्ञासाओं को शात करते हुए उन्हें सूचना-समृद्ध बनाया जा सके। उनकी यह सूचना-समृद्धि उनके लिए आर्थिक खुशहाली का मार्ग प्रशस्त करेगी।

उपर्युक्त बिन्दुओ पर विचार करने के पश्चात प्रस्तुत पुस्तक में आर्थिक पत्रकारिता के विभिन्न पहलुओ पर प्रकाश डालने का प्रयास किया गया है। इसके अन्तर्गत आर्थिक पत्रकारिता के ऐतिहासिक पक्ष, आर्थिक समाचारों के सकलन के साथ ही आर्थिक पत्रकारिता की शैली और शिल्प पर अलग-अलग अध्यायो मे चर्चा की गयी है। इसके साथ ही आर्थिक पत्रकारिता के समक्ष उत्पन्न समस्याओ और चुनौतियो पर प्रकाश डालने के साथ ही उसकी संभावनाओं को भी उद्घाटित करने का उपक्रम किया गया है। पुस्तक मे शेयर बाजार, आयात-निर्यात आदि से सम्बन्धित तकनीकी शब्दावलियो के अर्थ सहित सकलन के साथ ही राष्ट्रीय, अन्तरराष्ट्रीय स्तर की प्रमुख वित्तीय सस्थाओं का संक्षिप्त परिचयात्मक विवरण भी दिया गया है। हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता के बारे मे पुस्तक-लेखन का संभवत: यह पहला प्रयास है, इसलिए इसमें त्रुटियों और कमियो का होना स्वाभाविक है। सुधी पाठको और विद्वानों से विनम्रतापूर्वक आग्रह है कि वे इन त्रुटियो तथा कमियों की ओर अवश्य ध्यान आकृष्ट करायें जिससे कि आगामी सस्करण में अपेक्षित संशोधन परिवर्धन किया जा सके। यह पुस्तक विभिन्न विश्वविद्यालयों तथा संस्थाओ मे अध्ययनरत पत्रकारिता के विद्यार्थियो के साथ ही सामान्य पाठकों के लिए भी यदि थोड़ा-बहुत उपयोगी साबित हुई तो मुझे अपने प्रयास की सार्थकता के प्रति अवश्य आत्म सतोष प्राप्त होगा।

यदि गुरुजनों, परिजनों, विद्वानों, साथियो, सहयोगी और संस्थाओं का मुझे उन्मुक्त सहयोग तथा समर्थन नही मिलता तो पत्रकारिता-सेवा की अपनी व्यस्तता के बीच इस पुस्तक को पूरा कर पाना निश्चित रूप से मेरे लिए अत्यन्त दुष्कर कार्य होता। इस दिशा में सर्वप्रथम मैं 'आज' के सम्पादक आदरणीय श्री शार्दूल विक्रम गुप्त जी का हृदय से आभारी हूँ जिनकी प्रेरणा और निर्देशन में मुझे आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे कुछ सीखने और कार्य करने का सौभाग्य प्राप्त हुआ। वस्तुत इस पुस्तक की रचना इसी का प्रतिफल है। तकनीकी शब्दावली का सकलन विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं और ट्रेड से जुड़े व्यक्तियो के सहयोग से ही सम्भव हो सका। द

इकानामिक टाइम्स फाइनेंशियल एक्सप्रेस बिजनेस स्टैण्डर्ड कारोबार जैसे प्रमुख आर्थिक दैनिक समाचारपत्रो से मुझे विशेष सहायता मिली मित्रवर श्री अशोक कपूर और श्री प्रमोद सराफ के साथ ही सहयोगी श्री नागेन्द्र पाठक तथा श्री ओंकार उपाध्याय विशेष रूप से धन्यवाद के पात्र है जिनसे मुझे अपेक्षित सहयोग प्राप्त हुआ। तकनीकी शब्दावलियों का भण्डार बहुत ही विस्तृत है, जिनका पूरा समावेश तो इस पुस्तक मे नहीं हो सका फिर भी आम प्रचलन मे आने वाली शब्दालियो के सकलन का लघु प्रयास किया गया है।

श्रद्धेय पिताजी डॉ सम्पूर्णानन्द और माताजी श्रीमती प्यारी देवी के आशीर्वाद का सबल इस पुस्तक को पूरा करने मे काफी सहायक रहा। आर्थिक विषय वैसे भी बहुत नीरस होते हैं। इस नीरसता को दूर करने म परिवार की बेटियो और बेटो का बहुत सहयोग रहा। इसके लिए रूपा, नेहा, तोषी, मोना, मोना, अमृत आनन्द और हर्षित आनन्द सस्नेह बधाई के पात्र हैं। धर्मपत्नी श्रीमती मीरा वर्मा के निरन्तर सहयोग और प्रेरणा से इस पुस्तक को पूरा करने मे पर्याप्त सहायता मिली। इसके लिए वे धन्यवाद की पात्र है।

देव दीपावली **— दयानन्द**

१५ नवम्बर, १९९७

वाराणसी

अनुक्रमणिका

आर्थिक पत्रकारिता : ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य	3
आर्थिक समाचार : संकल्पना, परिभाषा, महत्त्व एवं स्रोत	13
आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र	25
आर्थिक समाचारों की भाषा, प्रस्तुति और समीक्षा लेखन	41
भारत में आर्थिक पत्रकारिता : समस्याएँ और सम्भावनाएँ	69
परिशिष्ट :	
शेयर शब्दावली	85
आयात-निर्यात शब्दावली	143
अन्तर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय वित्तीय संस्थाएँ	146
भारत के स्टॉक एक्सचेंज	155

प्रथम अध्याय

आर्थिक पत्रकारिता : ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

आर्थिक पत्रकारिता : ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

विश्व में पत्रकारिता की शुरूआत आर्थिक और व्यापारिक सूचनाओं के प्रचार-प्रसार से हुई। सामाजिक और राजनीतिक घटनाओं की तुलना में आर्थिक और व्यापारिक सूचनाओं को प्रारंभिक काल से ही अधिक प्रमुखता दी जाती रही है। दुनिया के तमाम देशों के आपसी सम्बन्ध भी इन्हीं आर्थिक और व्यापारिक सम्बन्धों पर ही निर्भर करते रहे हैं। राजनयिक सम्बन्धों का निर्धारण काफी हद तक आर्थिक सम्बन्धों पर ही आधारित होते हैं। इसलिए आम नागरिकों को आर्थिक और व्यापारिक सूचनाएँ प्रदान करने के साथ ही जनसंचार माध्यमों ने विश्व के विभिन्न देशों के आपसी सम्बन्धों को प्रभावित करने वाले आर्थिक और व्यापारिक पहलुओं को पर्याप्त महत्व दिया है। इससे यह भी स्पष्ट संकेत मिलता है कि विश्व में आर्थिक पत्रकारिता का इतिहास उतना ही प्राचीन है जितना स्वयं पत्रकारिता का इतिहास। पत्रकारिता की अन्य विधाओं की तुलना में आर्थिक पत्रकारिता का इतिहास सबसे पुराना परिलक्षित होता है।

बिना सूचनाओं के आदान-प्रदान के राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की कल्पना भी नहीं की जा सकती है। यह एक ऐतिहासिक तथ्य है कि व्यापार और सूचनाओं का विकास साथ-साथ हुआ। किसी भी व्यापार के लिए सूचना, जिन्स और मूल्य, बाजार आदि से जुड़ी विविध जानकारियां नितान्त आवश्यक है और इन सूचनाओं को सम्बन्धित पक्ष तक पहुँचाने के लिए गुरुतर दायित्व का निर्वहन समाचारपत्रों, पत्रिकाओं तथा अन्य संचार माध्यमों द्वारा किया जाता है।

औद्योगिक क्रान्ति ने पूरी दुनिया की व्यापारिक और आर्थिक गतिविधियों के नये आयामों को उद्घाटित किया है। इस क्रांति के परिणामस्वरूप न केवल औद्योगिक उत्पादन बढ़े बल्कि उसकी खपत के लिए नये बाजारों का भी उदय हुआ। संचार के क्षेत्र में आयी क्रांति ने व्यापारिक सूचनाओं के आदान-प्रदान में महत्वपूर्ण भूमिका निभायी है। इससे जहाँ एक ओर 'विश्व-ग्राम' की संकल्पना विकसित हुई वहीं दूसरी ओर 'आर्थिक गाँव बने विश्व' का सम्प्रत्यय भी उभर कर सामने आया। प्रसिद्ध संचार वेत्ता मार्शल मैक्लुहन की मान्यता है कि पूरी दुनिया भविष्य में कम्युनिकेशन माध्यमों से ऐसे जुड़ जायगी कि विश्व एक 'ग्लोबल-विलेज' (गाँव) की तरह प्रतीत होने लगेगा और आज तेजी से हम उस ओर बढ़ रहे हैं। ऐसा लगता है कि 21वीं शताब्दी के प्रारम्भ तक दुनिया वास्तव में 'ग्लोबल विलेज' में परिवर्तित हो जायगी।

आर्थिक पत्रकारिता की विकास-यात्रा का सीधा सम्बन्ध औद्योगिक क्रांति-काल से रहा है। सन् 1750 के बाद का दौर ब्रिटेन का औद्योगिक क्रांति का दौर था, जिसके दौरान उत्पादन की तकनीक में आमूल परिवर्तन आया। सन् 1600 से 1750 के बीच ईस्ट इण्डिया कम्पनी सहित ब्रिटिश कम्पनियों ने अंग्रेजों को अकूत पूंजी का मालिक बना दिया। अंग्रेजी बाजारों में धन का प्रवाह काफी बढ़ गया। औद्योगिक क्राति ने कम्पनियों को जमीन से उठाकर आसमान पर बैठा दिया। 18वी, 19वीं और 20वीं शताब्दी के दौर मे पूरी दुनिया में व्यापारिक गतिविधियाँ काफी तेज गति से बढ़ीं और यह सिलसिला आज भी जारी है। इन आर्थिक और व्यापारिक गतिविधियों को बढ़ाने में जनसचार माध्यमों ने सार्थक भूमिका अदा की है। पत्र, पत्रिकाओं, रेडियो, फिल्मों, टेलीविजन के विभिन्न चैनलो पर प्रसारित होने वाले स्वतंत्र कार्यक्रमों से 'सूचना-विस्फोट' की स्थिति पैदा हो गयी है। आज 'इण्टरनेट' की नयी प्रणाली से पूरी दुनिया की व्यापारिक और आर्थिक गतिविधियों से सम्बन्धित सूचनाएँ तीन करोड़ से अधिक विविध क्षमता वाले कम्प्यूटरों से जुड गयी हैं, जो पल-प्रतिपल विश्व की ताजा आर्थिक और व्यापारिक सूचनाएँ क्षणभर में उपलब्ध करा देते हैं।

संसार के विभिन्न देशो में परस्पर बढ़ रहे आर्थिक सम्बन्धों और उद्योग-व्यापार मे अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग की भावना के कारण आर्थिक पत्रकारिता का महत्व भी बढ़ता जा रहा है। अर्थप्रधान आधुनिक युग मे व्यावसायिक और आर्थिक समाचारो के प्रति पाठकों की अभिरुचि भी निरंतर बढ़ती जा रही है। इसी परिप्रेक्ष्य मे यदि हम अतीत की ओर देखें तो यह स्पष्ट हो जाता है कि भारत में आर्थिक पत्रकारिता का इतिहास उतना ही पुराना है जितना पत्रकारिता का इतिहास। भारत का पहला समाचारपत्र 29 जनवरी, 1780 को कलकत्ता से प्रकाशित हुआ जिसका नाम 'बंगाल गजट ऑफ कैलकटा जेनरल एडवरटाइजर' था। इस पत्र को जेम्स आगस्ट हिक्की ने निकाला था इसलिए इसे लोग 'हिक्की गजट' के नाम से अधिक जानते है। वस्तुतः इस समाचारपत्र में व्यापारिक सूचनाएँ और विज्ञापन आदि अधिक प्रकाशित होते थे जो इसे व्यापारिक पत्र सिद्ध करते हैं। स्वयं हिक्की ने भी इस समाचारपत्र के प्रकाशन के बारे में दिये गये अपने वक्तव्य में यह स्वीकार किया था कि यह पत्र एक व्यापारिक और राजनीतिक समाचारपत्र है, जो सबके लिए खुला है परन्तु प्रभावित किसी से नहीं है। भारत में पत्रकारिता के प्रारम्भिक काल से ही आर्थिक समाचारों या व्यापारिक गतिविधियों तथा उससे जुड़ी सूचनाओं को जो महत्व दिया गया उसका सिलसिला आज तक जारी है। अब तो बिना आर्थिक समाचारों के किसी भी समाचारपत्र की पूर्णता की कल्पना तक नहीं की जा सकती है। आर्थिक पत्रकारिता की विकास-यात्रा इसके विभिन्न आयामों को उद्घाटित करती है। प्रिण्ट मीडिया के अन्तर्गत जहाँ राष्ट्रीय और क्षेत्रीय समाचारपत्रों में आर्थिक समाचारों के

लिए स्वतन्त्र रूप से दो, तीन या चार पृष्ठों में पर्याप्त समाग्री दी जा रही है वहीं आज अनेक आर्थिक पत्र-पत्रिकाएँ स्वतत्र रूप से प्रकाशित की जा रही हैं। अब तो आर्थिक साप्ताहिक और दैनिक समाचारपत्र विभिन्न भाषाओं मे प्रकाशित किये जा रहे हैं। अंग्रेजी और हिन्दी के अतिरिक्त गुजराती, मराठी, बंगला, मलयालम, तमिल, तेलुगू, उर्दू सहित अनेक क्षेत्रीय भाषाओं मे आर्थिक समाचारपत्रा का प्रकाशन हो रहा है जो आर्थिक समाचारों की बढती लोकप्रियता और इसके महत्व का परिचायक है।

भारत में आर्थिक पत्रकारिता उद्योग, व्यापार, वाणिज्य, निगमित सरकारि और बैंकिंग सेवाओं में बड़े पैमाने पर विस्तार और विकास का परिणाम है। भारत में सर्वप्रथम ब्रिटिश प्रबन्ध-घरानों ने आधुनिक उद्योगों की स्थापना की और बैंकिंग प्रणाली को संगठित किया। इन्हीं घरानो ने पहला आधुनिक आर्थिक समाचारपत्र 'कैपिटल' को जन्म दिया। 'कैपिटल' की स्थापना सन् 1868 में कलकत्ता में अंग्रेजों के एक छोटे समूह ने की। इसका प्रकाशन एक साप्ताहिक समाचारपत्र के रूप में हुआ। कलकत्ता उस समय भारत की राजधानी ही नहीं अपितु वित्त एवं उद्योग केन्द्र के रूप में भी महत्त्वपूर्ण नगर था। प्रथम विश्व युद्ध के पश्चात् बम्बई धीरे-धीरे भारत के औद्योगिक एवं वित्तीय केन्द्र के रूप में कलकत्ता से भी आगे हो गयी।

अंग्रेजी में अंग्रेजों द्वारा प्रकाशित एवं सम्पादित 'कैपिटल' समाचारपत्र का स्वतन्त्र भारत में भी महत्वपूर्ण स्थान बना रहा। श्री पैट-लोवाट और श्री जाफरी टायसन उनके प्रमुख सम्पादकों में रहे। अंग्रेजी दैनिक 'स्टेट्समैन' और 'कैपिटल' का स्वामित्व एक ही रहा। 'कैपिटल' आर्थिक समाचार के सन्दर्भ में 'स्टेट्समैन' के समकक्ष रहा। 'कैपिटल' का मुख्य केन्द्र बिन्दु भारतीय उद्योग एवं व्यापार था जब कि 'स्टेट्समैन' का केन्द्र बिन्दु भारतीय राजनीति रहा। 'कैपिटल' का एसोसिएटेड चेम्बर्स ऑफ कामर्स एण्ड इण्डस्ट्रीज से गहरा सम्बन्ध था। इसके बावजूद वह भारत में अंग्रेजों के व्यापारिक हितों का प्रतिनिधित्व करता रहा। टायसन ऐसे सम्पादक थे, जिन्होंने अंग्रेजों के हितों की अपेक्षा समाचारपत्र की स्वतंत्रता को कायम रखा।

भारत में आर्थिक पत्रकारिता के विकास में 'कैपिटल' के बाद 'कामर्स' समाचारपत्र का अभ्युदय हुआ। 'कामर्स' की स्थापना 1910 में हुई। इसका प्रकाशन पहले कलकत्ता से प्रारम्भ हुआ, लेकिन कुछ समय के पश्चात् यह बम्बई से प्रकाशित होने लगा। बम्बई से प्रकाशित होने पर इसका विकास अधिक हुआ। इस समाचारपत्र के विकास में एक कड़ी और जुड़ गयी जब इसका स्वामित्व श्री जोसेफ के हाथों मे आया। दूसरे व्यक्ति सर विक्टर सैसून थे। जोसफ ब्रिटेन का छोटा व्यवसायी था। उसने अपना भाग्य बम्बई में देखा। छोटे व्यापारी पश्चिम भारत के काटन टेक्सटाइल्स और अन्य उद्योगों से आकर्षित थे। उन दिनों 'कामर्स' एक अलग प्रकार का साप्ताहिक समाचारपत्र था। इसने सामान्य साप्ताहिक के फीचरों के अलावा 'कैपिटल' से भी अधिक अपने को एक साप्ताहिक 'समाचारपत्र' के रूप में विकसित

किया। 'कामर्स' की विशेषता थी कि इसमे उद्योग एवं व्यापार से सम्बन्धित सूचनाओं का प्रकाशन समाचार के रूप में होता था। 'कामर्स' में इस प्रचलन का प्रयोग श्री आर. बी. मूर्ति और श्री एस. बी. रोमान के सम्पादन-काल में सबसे अधिक और सबसे अच्छा हुआ। यह उद्योग शेयर बाजार एवं बैंकिंग के बारे में सही सूचनाएँ देता था।

आर्थिक समाचारपत्रों का विकास केवल आर्थिक विकास के साथ ही नहीं हुआ बल्कि अपने क्षेत्र की महत्वपूर्ण आर्थिक गतिविधियों पर विशेष प्राधिकरणो की रक्षा के लिए हुआ। 'कैपिटल' कोयला, जूट एव जूट उत्पादों, विदेशी विनियम एव बैंकिंग पर अधिकार रखने वालों की वकालत करता था जब कि 'कामर्स' काटन एवं काटन टैक्सटाइल्स उद्योग, शेयर और सर्राफा बाजारों के विषय में समाचार देता था। यद्यपि कलकत्ता शेयर बाजार शहरी क्षेत्र में कुछ खास 'स्क्रिपों' के कारोबार करने में आगे रहा तथापि, 'दलाल स्ट्रीट' इसकी तुलना में बड़े पैमाने पर व्यापारिक केन्द्र होने के कारण भारतीय उद्योग का मुख्य निर्धारक मानक रहा। मौद्रिक एवं साख नीति के निर्धारण में भारतीय रिजर्व बैंक की बढ़ती भूमिका ने बम्बई को आर्थिक पत्रकारिता के लिए महत्वपूर्ण नगर बना दिया। कामर्स को सर पुरूषोत्तम दास ठाकुर दास और सर चुन्नीलाल, भाई चन्द मेहता जैसे बम्बई के प्रमुख व्यावसायियों के नाम का लाभ मिला। यही नहीं, इसमें बम्बई के सर्वोच्च टाटा घराना के प्रमुख होमी मोदी का भी सहयोग प्राप्त हुआ। 'कामर्स' का बम्बई शेयर बाजार के विषय में ज्ञान के मामले में 'टाइम्स ऑफ इण्डिया' के नगरपृष्ठ के स्तंभकार जी.एम. लाउड द्वारा लिखित स्तम्भ को छोड़कर बम्बई में इसका कोई प्रतिद्वन्द्वी नहीं था।

आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में पहला विशुद्ध भारतीय प्रयास 1928 में हुआ जब कलकत्ता से 'इण्डियन फाइनेन्स' का प्रकाशन प्रारम्भ हुआ। यह समाचारपत्र साप्ताहिक था। यह ऐसा आर्थिक समाचारपत्र था जो कहीं से भी किसी उद्यम और उद्योग के प्रबन्ध से न तो जुडा था और न ही इससे सम्बन्धित इसका कोई हित था। इस समाचारपत्र के संस्थापक एवं प्रबन्ध सम्पादक कलकत्ता के श्री सी. एस. रंगास्वामी थे, जिन्होने कलकत्ता के गैर ब्रिटिश व्यापारिक लोगों को ही मुख्यत: अपने समाचारपत्र में लिया। इनमें बिड़ला, जालान, सर बद्रीदास गोयनका जैसे प्रमुख मारवाड़ी उद्योगपति थे। इसके साथ ही उन्होंने छोटे परन्तु उच्च प्रतिभा के बंगाली व्यापारी समुदाय को भी अपने पत्र में स्थान दिया और अपने गृह राज्य मद्रास के नये एवं उपेक्षित व्यापारिक वर्गों को भी शामिल किया।

श्री पी. आर. श्रीनिवास 'इण्डियन फाइनेन्स' में सम्पादकीय लिखा करते थे। उनकी सम्पादकीय अन्य आर्थिक समाचारपत्रों के सम्पादकीयों की तुलना में अधिक श्रेष्ठ होती थी। वे अपने सम्पादकीय में भारतीय आर्थिक विकास में सामाजिक पृष्ठभूमि को भी महत्व देते थे। इसमें अर्थ एवं व्यापार से सम्बन्धित विषयों पर गहराई के

साथ वास्तविक रूप में भारतीय परिप्रेक्ष्य मे आलेख प्रस्तुत किया जाता था। बिड़ला परिवार द्वारा 1943 में नयी दिल्ली से प्रकाशित साप्ताहिक, 'ईस्टर्न इकोनामिस्ट' के पहले आर्थिक पत्रकारिता का क्षेत्र विशुद्ध रूप से 'इण्डियन फाइनेन्स' समाचारपत्र तक ही सीमित था।

'दी ईस्टर्न इकोनामिस्ट' की अपनी कुछ विशिष्टताएँ भी थीं जो अन्य तत्कालीन साप्ताहिक समाचारपत्रो के पास नहीं थीं। इसके प्रथम सम्पादक डॉक्टर पी.एस. लोकनाथन थे जो शिक्षा के क्षेत्र से आये थे। इनके चलते द्वितीय विश्वयुद्ध के समय इस समाचारपत्र को विशेष प्रतिष्ठा प्राप्त हुई। उन दिनों अर्थ एवं राजनीति दोनों गहरे रूप से जुड़े हुए थे और उद्योगपति तथा तत्कालीन भारत सरकार दोनों ही युद्धोपरांत आर्थिक योजनाओं के बारे में बातचीत करने लगे थे। राजधानी से प्रकाशित होने के कारण इसे विशेष फायदा पहुँचा। इससे इसकी केन्द्रीय कार्यकारिणी और लोकसेवा से निकटता बढ़ी। इस तरह निर्णय लेने की प्रक्रिया के केन्द्र तक इसका प्रभाव बढ़ा। बम्बई और कलकत्ता से प्रकाशित होने वाले साप्ताहिक समाचारपत्र अपने दिल्ली स्थित संवाददाताओं के द्वारा शायद उतना प्रभाव नहीं बना सकते थे। इसके बाद के सम्पादकों में श्री एरिक डी. कोस्टा और वी. बालासुब्रह्मण्यम के माध्यम से 'दी ईस्टर्न इकोनामिस्ट' ऐसा पहला आर्थिक समाचारपत्र था जिसने राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय घटनाओं की चर्चा की थी। इस दृष्टि से यह पत्र भारत में प्रकाशित किसी भी वित्तीय साप्ताहिक की अपेक्षा 'लंदन इकोनामिस्ट' के अधिक करीब था।

'दी इकोनामिक विकली ऑफ बाम्बे' (वर्तमान नाम इकोनामिक एण्ड पालिटिकल विकली) अपनी शुरूआत से ही एक विशेष शैली मे प्रकाशित होता रहा है। श्री सचिन चौधरी के सम्पादन-काल मे इसने भारतीय एवं विदेशी शिक्षाविदों को एक मंच प्रदान किया। यह पत्र आर्थिक विषयों पर शिक्षाविदों की सेवाएँ प्राप्त करने में सफल रहा है। इसमें ऐसे शोधपरक लेख प्रकाशित होते थे जिनके लिए उपयुक्त स्थान त्रैमासिक शैक्षिक जर्नल ही हो सकते थे। इसमें व्यावसायिक समस्याओं की अपेक्षा आर्थिक विकास की समस्याओं पर अधिक ध्यान दिया जाता था। इसने आर्थिक नीति निर्धारक परिधि में एक अच्छा प्रभाव कायम कर लिया था।

भारत में आर्थिक एवं वित्तीय पत्रकारिता सभी साप्ताहिकों द्वारा प्रकाशित अपने वार्षिकांकों द्वारा भी समृद्ध हुई। कुछ साप्ताहिक समय-समय पर 'पीरियाडिकल' केन्द्रीय बजट, खास उद्योगों, इंजीनियरिंग, निर्यात आदि विषयों पर विशेषांक भी प्रकाशित करते हैं। विगत कुछ वर्षों के दौरान आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में कई महत्वपूर्ण योगदान हुए। इनमें स्वतत्र रूप से दैनिक समाचारपत्रों का प्रकाशन, सामान्य दैनिक समाचारों के लिए विशेष रूप से स्थान देना और आर्थिक तथा वित्तीय समाचारों की संवाद समितियों तथा फीचर सेवाओं का श्रीगणेश शामिल है। यह सभी पाठकों

मे आर्थिक विकास प्रक्रिया को जानने एवं समझने की बढ़ती रुचि को प्रतिबिम्बित करते हैं।

सन् 1961 में 'टाइम्स ऑफ इण्डिया' समूह द्वारा 'इकोनॉमिक टाइम्स' दैनिक आर्थिक समाचारपत्र के प्रकाशन के साथ ही आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे एक नया मोड आया। उसी वर्ष एक्सप्रेस समूह ने 'फाइनेंशियल एक्सप्रेस' दैनिक आर्थिक समाचारपत्र का प्रकाशन प्रारम्भ किया। दोनों ही समाचारपत्र अंग्रेजी भाषा मे प्रकाशित होते हैं। इन दोनों समाचारपत्रों ने आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में अपना विशिष्ट स्थान बना लिया है। इसके अतिरिक्त अंग्रेजी के 'बिजनेस स्टैण्डर्ड' और 'अमर उजाला' समूह द्वारा हिन्दी में 'कारोबार' आर्थिक हिन्दी दैनिक का प्रकाशन प्रारम्भ किया गया है। 'कारोबार' आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में हिन्दी में एक उत्तम प्रयास के रूप में स्वीकार किया गया है। इस क्षेत्र मे साप्ताहिक समाचारपत्रो का भी अपना विशेष प्रभाव रहा है। लन्दन के 'फाइनेंशियल टाइम्स' और टोकियो के 'हानके जाई सिम्बुन' की तरह भारतीय आर्थिक समाचारपत्रों ने अपनी विषयवस्तु में न सिर्फ राजनीतिक समाचारों को स्थान दिया है बल्कि कला एव साहित्य पर आधारित फीचरों को भी प्रकाशित किया है।

सार्वजनिक क्षेत्र के विकास एवं उसे प्रचारित करने की सरकार की इच्छा ने दैनिक समाचारपत्रों में औद्योगिक एवं वित्तीय 'कवरेज' को विस्तृत कर दिया है जबकि वही समाचारपत्र निजी क्षेत्र की उपलब्धियों का प्रकाशन समान ढंग से नहीं करते। कुछ वर्ष पूर्व जब 'ब्रिटिश लेलैण्ड' कम्पनी ने एक निश्चित अवधि में निर्यात-व्यापार में कीर्तिमान स्थापित करने की घोषणा की तो यह 'लन्दन टाइम्स' के मुख्यपृष्ठ पर 'लीड स्टोरी' बनी जबकि भारतीय समाचारपत्रों में ऐसे किसी समाचार को इतनी प्रमुखता के साथ प्रकाशित करने की कल्पना नहीं की जा सकती।

भारतीय दैनिक समाचारपत्र और निजी उद्योगों के समाचारपत्र भी निजी उद्यम के पूर्वाग्रह से ग्रसित हैं। यह एक प्रकार से व्यावसायिक पूर्वाग्रह प्रतीत होता है। वैसे संवाद समितियों में भी यह पूर्वाग्रह स्पष्ट परिलक्षित होता है किन्तु संवाद समितियों ने अपने आर्थिक 'कवरेज' को विविधता भी प्रदान की है जबकि पहले वे शेयर बाजारों मे भाव देने तक ही अपने को सीमित रखते थे। यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यू.एन.आई.) ने आर्थिक और व्यापारिक समाचारों को अपने ग्राहकों तक पहुँचाने के लिए स्वतन्त्र रूप से 'यूनीफिन' संवाद समिति की स्थापना की। 'यूनीफिन' टेलीप्रिण्टर के माध्यम से पूरे देश में अपने ग्राहकों को आर्थिक एवं व्यापारिक समाचारों को प्रेषित करती है। यह अपने ढंग का प्रथम प्रयास है।

सामान्य समाचारपत्र दो, तीन या चार पृष्ठ प्रतिदिन आर्थिक समाचारों के लिए सुरक्षित रखते हैं। किन्तु हाल के वर्षों में आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में एक और विकास हुआ। ऐसे पत्रकारों के समूह का उदय हुआ है जो औद्योगिक क्षेत्रों

मे जाकर वस्तुस्थिति की सही जानकारी पाठकों को देते है। ऐसे पत्रकार सम्बन्धित उद्योग को अपनी आँखों से बिना देखे उसके बारे में कुछ भी नहीं लिखते है। 'दी स्टेट्समैन' और 'दी हिन्दू' अपने स्टाफ मे पूर्णकालिक औद्योगिक संवाददाताओं को नियुक्त करने वाले पहले दैनिक समाचारपत्र हैं। 'दी हिन्दू' का वार्षिकांक 'सर्वे ऑफ इण्डियन इन्डस्ट्रीज' अपने ढंग का अनूठा प्रकाशन है।

गुजराती पत्रों का अंग्रेजी के बाद आर्थिक पत्रकारिता मे दूसरा स्थान है। गुजराती के प्रमुख दैनिक समाचारपत्रो मे तो सर्वांगपूर्ण व्यापार-पृष्ठ या स्तम्भ तो प्रकाशित होते ही हैं, इनके अर्धवार्षिकी 'व्यापार' की प्रसिद्धि अधिक है। इसका प्रकाशन मासिक पत्रिका के रूप में वर्ष 1949 में आरम्भ हुआ, तब 'व्यापार' दैनिक 'जन्मभूमि' के साप्ताहिक संस्करण 'प्रवासी' का परिशिष्ट मात्र था। बाद में इसे स्वतंत्र मासिक का रूप प्रदान किया गया। फिर 'व्यापार' ने साप्ताहिक का रूप धारण किया और यह सप्ताह में दो दिन बुधवार और शनिवार को प्रकाशित होने लगा। 'व्यापार' ही एक ऐसा पत्र है, जिसमें व्यावसायिक एवं कराधान अधिनियमों, कृषि-विकास, विदेश व्यापार एवं विदेशी विनिमय विषयक गतिविधियों, आयात, निर्यात और तटकर अधिनियमों तथा कम्पनी रिपोर्टों का विवेचनात्मक अध्ययन प्रस्तुत किया जाता है। अब अंग्रेजी के आर्थिक दैनिक समाचारपत्रो में भी ऐसी सामग्री दी जा रही है।

हिन्दी में ऐसे सर्वांगपूर्ण वाणिज्यिक विषयक पत्र-पत्रिकाओं का अभाव-सा है। वैसे अकोला से 'दैनिक अकोला बाजार समाचार', 'श्री सुभाष दैनिक व्यापार पत्रिका' और बम्बई से 'मारवाड़ी डेली काटन मार्केट रिपोर्ट' प्रकाशित होते है लेकिन इनकी गणना सर्वांगपूर्ण आर्थिक समाचारपत्रो के रूप में नहीं की जा सकती है। 'अमर उजाला' समूह द्वारा प्रकाशित दैनिक 'कारोबार' काफी सीमा तक सर्वांगपूर्ण आर्थिक समाचारपत्र की श्रेणी मे आता है। साप्ताहिक पत्रिकाओ मे बम्बई के 'टेक्सटाइल न्यूज' कलकत्ता के आर्थिक जगत् और इण्डस्ट्रियल गजट, दिल्ली की 'अर्हत व्यापार पत्रिका' और 'मार्केट सर्किल' के नाम आते हैं। दिल्ली से 'व्यापार-भारती' का प्रकाशन होता है। कलकत्ता से प्रत्यक्षकर 'उद्योग भारती' और नागपुर से 'उद्यम' नाम से मासिक पत्रिकाएँ प्रकाशित होती है।

अखिल भारतीय कांग्रेस महासमिति ने वर्ष 1951 में नयी दिल्ली से 'आर्थिक समीक्षा' पाक्षिक निकाला तो 1953 में वाणिज्य उद्योग मंत्रालय (भारत सरकार) ने 'उद्योग-व्यापार पत्रिका' आरम्भ की। वर्ष 1955 में कानपुर से 'उद्योग विकास' मासिक निकला। जनवरी, 1918 में नागपुर से प्रारम्भ हुई मासिक पत्रिका 'उद्यम' हिन्दी की आर्थिक पत्रिकाओं में विशेष उल्लेखनीय है। इसमें शास्त्रीय विवेचन न होकर उपयोगी सामग्री रोचक ढंग से प्रस्तुत की जाती है। वर्ष 1952 में दिल्ली से मासिक पत्रिका 'सम्पदा' का प्रकाशन आरम्भ हुआ। अर्थशास्त्रीय दृष्टि से सामयिक

और तात्विक जानकारी एवं नवीनतम आंकड़े इस पत्रिका में रहते हैं। दिल्ली से 'आर्थिक चेतना' का प्रकाशन 1968 में हुआ। वर्ष 1956 में कलकत्ता से हिन्दी का वित्तीय साप्ताहिक 'आर्थिक जगत' आरम्भ हुआ। साल में यह करीब 1200 पृष्ठों की सामग्री तथा तीन विशेषाक पाठकों को देता है।

कोटा से मई 1995 में मासिक पत्रिका 'तथ्य भारती' का प्रकाशन प्रारम्भ हुआ। यह एक आर्थिक मासिक पत्रिका है जिसने कम समय में ही अपना विशिष्ट स्थान बना लिया है। हैदराबाद में आंध्र समाचार पाक्षिक, अर्थशास्त्र विभाग, काशी विद्यापीठ, वाराणसी की त्रैमासिक पत्रिका 'आर्थिकी', ग्रामीण अर्थव्यवस्था से सम्बद्ध खादी एव ग्रामोद्योग कमीशन की पाक्षिक पत्रिका 'जागृति' और मासिक पत्रिका 'खादी ग्रामोद्योग', दिल्ली से प्रकाशित 'जन उद्योग', योजना आयोग की पाक्षिक पत्रिका 'योजना' जयपुर से प्रकाशित साप्ताहिक 'रिसाला व्यापार' भी इस क्षेत्र मे उल्लेखनीय पत्रिकाएँ हैं।

वर्तमान मे देश के अनेक भागों से आर्थिक और व्यापारिक पत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं। इनमें दैनिक, मासिक, साप्ताहिक आदि शामिल हैं। इनमें अधिकाश अंग्रेजी की पत्र-पत्रिकाएं हैं जो देश के बड़े शहरों स प्रकाशित होती हैं। इनमें 'बिजनेस इण्डिया', 'बिजनेस टुडे', 'बिजनेस वर्ल्ड', 'फाइनेंशियल विजार्ड', 'मनी', 'मनीटेन', 'रूपी', 'प्राफिट', 'दलाल-स्ट्रीट', 'कैपिटल मार्केट', 'प्रीमियम', 'बिजनेस स्टैण्डर्ड', 'व्यापार' आदि शामिल हैं। आर्थिक विषयों के प्रति पाठको की बढ़ती रुचि को देखते हुए आर्थिक एवं वित्तीय विषयों पर आधारित पत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन का सिलसिला जारी है। अनेक प्रकाशन समूहो द्वारा भविष्य में ऐसी और पत्र-पत्रिकाओ का प्रकाशन किया जा सकता है।

द्वितीय अध्याय

आर्थिक समाचार : संकल्पना, परिभाषा, महत्व एवं स्रोत

- आर्थिक समाचार
- व्यावसायिक समाचार
- वित्तीय समाचार
- आर्थिक समाचारों का महत्व
- आर्थिक समाचारों के स्रोत

आर्थिक समाचार : संकल्पना, परिभाषा, महत्व एवं स्रोत

अर्थ प्रधान युग के इस दौर में आज पूरा विश्व एक आर्थिक गाव की शक्ल में तब्दील हो गया है। संचार के क्षेत्र में आयी क्रांति ने विश्व के सभी देशों को एक दूसरे के अत्यन्त करीब लाकर खड़ा कर दिया है। 'आर्थिक गाँव बने विश्व' में देश की सरहदों का भी अब कोई अर्थ नहीं रह गया है। वैसे भी आज 'अर्थ' से पृथक् हटकर किसी भी व्यक्ति, समाज, राष्ट्र और विश्व की सार्थकता की कल्पना नहीं की जा सकती है। भारतीय जीवन दर्शन में धर्म, अर्थ, काम और मोक्ष के चतुर्वर्ग मे 'अर्थ' का जो स्थान है, वह जीवन के व्यापक दृष्टिकोण को सूचित करता है। मानव को पग-पग पर धन की आवश्यकता पड़ती है। शरीर का निर्वाह धन के बिना नहीं हो सकता। प्राणवत्ता, मानसिकता, बौद्धिकता आदि सब धन के अभाव में शरीर को पुष्टि न मिलने के कारण दुर्बल पड़ जाती हैं और यह दौर्बल्य मानव के पुरुषार्थ पर पानी फेर देता है। सम्प्रति जीवन का प्रत्येक क्षेत्र अर्थ से प्रभावित है। 'सर्वे गुणाः कांचनमाश्रयन्ति' के अनुसार सभी धनोपार्जन के प्रति दीवाने हैं। अर्थ से सम्बद्ध समस्त क्रियाकलापों को उजागर करने के लिए आर्थिक पत्रकारिता तेजी से विकसित हो रही है। मुद्रा बाजार, पूँजी बाजार, वस्तु बाजार, पंचवर्षीय योजना, बैंक, ग्रामोद्योग, श्रम, बजट और राष्ट्रीय आय के समाचार अब पाठकों को अधिक आकर्षक प्रतीत हो रहे हैं।

किसी भी व्यक्ति, समाज और राष्ट्र के आर्थिक विकास मे आर्थिक समाचार तथा सूचनाओं की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। आर्थिक गतिविधियों से जुड़ी सूचनाएँ ही आर्थिक समाचार होते हैं और इन्हीं सूचनाओं अथवा समाचारों के आधार पर ही आर्थिक कार्यक्रमों और व्यापारिक कार्यों से सम्बन्धित रणनीतियों को स्वरूप प्रदान किया जाता है। संचारवेत्ता ब्रेनवर्ग की मान्यता है कि सामाजिक-आर्थिक विकास में इन सूचनाओं की केन्द्रीय भूमिका होती है। किसी भी देश की आर्थिक शक्ति की व्यापकता को नापने का विश्वसनीय पैमाना उसकी व्यापारिक स्थिति होती है। यही कारण है कि संसार के सभी लोकतांत्रिक देशों में जन-जीवन के राजनीतिक, आर्थिक एवं सामाजिक पक्षों पर प्रकाश डालने वाले पत्रों मे वाणिज्य-व्यवसाय विषयक समाचारों का महत्त्वपूर्ण स्थान होता है। किसी भी समाचारपत्र के व्यापार पृष्ठ को देश की आर्थिक गतिविधियों का दर्पण माना गया है।

भारतीय समाचारपत्रों, विशेषकर भारतीय भाषाई पत्रों में वाणिज्य-व्यवसाय के स्तम्भो या पृष्ठों का समावेश हाल की बात है। समृद्ध तथा बड़े-बड़े अंग्रेजी

पत्रों में तो इसके लिए पृथक विभाग होते हैं। अब हिन्दी, हिन्दीतर भाषाई पत्रों में भी वाणिज्य पत्रकारिता का विकास हो रहा है परन्तु विकास की गति उतनी उत्साहजनक नहीं दिखती है।

आर्थिक समाचार

मोटे तौर पर आर्थिक गतिविधियों से जुड़ी सूचनाओं को आर्थिक समाचार के रूप में समझा जाता है। अर्थ और सन्दर्भ के परिप्रेक्ष्य में आर्थिक समाचारों का व्यापक स्वरूप विविध विषयों तथा उसके अनेक आयामों को उद्घाटित करते हैं। आर्थिक प्रवृत्ति का विश्लेषण, देश के समक्ष आर्थिक समस्याओं पर विचार, इसका समाधान प्रस्तुत करना, प्राधिकरणों, आधिकारिक एवं गैर अधिकारिक विभागों के साथ विचार-विमर्श करना, प्रस्ताव करना और समीक्षा के अन्तर्गत परियोजित करना ही आर्थिक समाचार है। इतना ही नहीं इसके साथ-साथ आवश्यक वस्तुओं, स्टाक, शेयर और कच्चे पदार्थों की कीमत, चांदी-सोना, इस्पात तथा अधिक से अधिक वस्तुओं के भावों का विवरण भी आर्थिक समाचारों के अन्तर्गत आता है।

आर्थिक समाचार व्यापार एवं वाणिज्य का विशेष ज्ञान तथा आर्थिक क्षेत्र में प्रतिदिन होने वाले विकास के विषय में जानने वाले व्यक्तियों की जिज्ञासा को शान्त करता है। वे व्यक्ति अपने हित के विषयों के बारे में आधारभूत तथ्यों एवं आँकड़ों को भी एकत्र करते हैं। इतना ही नहीं वे व्यापार और उद्योग को प्रभावित करने वाले विषयों पर सरकारी नीति, आधिकारिक घोषणा या आर्थिक समाचारों की पृष्ठभूमि तैयार करने में सहायक होते हैं। वाणिज्य से सम्बन्धित घटनाएँ अपने आप में एक समाचार होती हैं। जहाँ कहीं भी व्यवसाय है वही समाचार है। व्यावसायिक विचार, व्यावसायिक घटना और व्यवसायों के बीच प्रतिस्पर्धा आदि समाचार है।

इस प्रकार उद्योग, व्यापार, वाणिज्य, वित्त और बैंकिंग से सम्बन्धित सूचनाएँ आर्थिक समाचार होते हैं। आर्थिक समाचारों को अध्ययन की दृष्टि से दो भागों में बाँटा जा सकता है। पहला – व्यावसायिक समाचार और दूसरा – वित्तीय समाचार।

व्यावसायिक समाचार

इसमें व्यवसाय प्रबंधन के अन्तर्गत उत्पादन, योजना, बिक्री, विज्ञापन, संवर्धन, खरीद, कीमत, विपणन और थोक एवं खुदरा वितरण के साथ ही विशेषीकृत उद्योग भी शामिल हैं, जिनमें आटोमोबाइल्स, रबड़, टायर, खाद्य, पेय पदार्थ, रेडियो, टेलीविजन, ब्राडकास्टिंग, बिजली उपकरण, दवा, प्लास्टिक, फर्नीचर, वाहन, कार्यालय से सम्बन्धित उपकरण, घरेलू वस्तुएँ, कास्मेटिक, ज्वेलरी, खिलौने, लगेज, तम्बाकू तथा कैण्डी आदि आते हैं।

वित्तीय समाचार

इसके अन्तर्गत वित्तीय विषयों से सम्बन्धित समाचार आते हैं। इनमें वार्षिक वित्तीय रिपोर्ट, ब्राण्ड एवं स्टॉक इश्यू, लाभांश और इसी प्रकार के अन्य विषय शामिल हैं। इसके अतिरिक्त स्टाक एवं बाण्ड मार्केट देशभर के विभिन्न स्टाक एक्सचेंज वित्तीय समाचार के विषयवस्तु होते हैं। बैंकिंग एवं बीमा, रेल, सड़क, परिवहन, उड्डयन, पेट्रोलियम, कोयला, सार्वजनिक उद्यम, विदेशी व्यापार आदि से सम्बन्धित सूचनाएँ वित्तीय समाचार की श्रेणी में आती है।

किसी भी देश की कोई भी शासन-व्यवस्था मे चाहे वह पूँजीवादी हो या साम्यवादी अथवा मिश्रित अर्थव्यवस्था वहाँ आर्थिक गतिविधियाँ होती ही रहती हैं। इन आर्थिक क्रियाओ मे उतार-चढाव होने के परिणामस्वरूप ही आर्थिक समाचारों का जन्म होता है। जिस देश की अर्थव्यवस्था में जितनी ही गतिशीलता पायी जायेगी वहाँ उतने ही अधिक आर्थिक समाचार जन्म लेते है। उदाहरण स्वरूप भारत को लिया जा सकता है। भारत एक विकासशील देश है। यहाँ की अर्थव्यवस्था मिश्रित अर्थव्यवस्था पर आधारित है, जिसमें सार्वजनिक और निजी क्षेत्र कार्यरत हैं। दोनों क्षेत्रों में अनेक प्रकार के उद्योगों के विकास और अनेक प्रकार के उत्पादों के उत्पादन से यहाँ आर्थिक समाचारो का विकास तीव्र गति से हो रहा है। बहुराष्ट्रीय कम्पनियो के आने के बाद तो यहाँ आर्थिक समाचारों के विकास की गति और भी अधिक तीव्र हुई है।

आर्थिक समाचारों का महत्व

पूरी दुनिया में जिस त्वरित गति से आर्थिक और व्यापारिक गतिविधियाँ बढ़ रही हैं उसी गति से आर्थिक समाचारों का महत्व भी बढ़ता जा रहा है। आज पूरा विश्व एक बाजार के रूप में विकसित हो गया है। विश्व के तमाम देशों के बीच राजनयिक सम्बन्धों का निर्धारण भी आर्थिक और व्यापारिक रिश्तों पर केन्द्रित हो गये हैं। आर्थिक समाचारों का महत्व जितना विकसित देशों के लिए है उससे कहीं अधिक विकासशील और तीसरी दुनिया के देशों के लिए है। आर्थिक सूचनाओ से सम्पन्न व्यक्ति, राष्ट्र या समाज समृद्धशाली होते हैं वहीं दूसरी ओर जो व्यक्ति, देश या समाज आर्थिक सूचनाओं के प्रति विपन्न अथवा कमजोर होते हैं वहीं गरीबी भी अधिक होती है। समृद्धि के लिए आर्थिक सूचनाएँ अति महत्वपूर्ण और उपयोगी साबित हुई हैं। व्यक्ति के स्तर से लेकर विश्व स्तर तक आर्थिक समाचारों के महत्व को कम करके नहीं आंका जा सकता है। विश्व के बदलते आर्थिक परिदृश्य में जिस तेजी से प्रतिस्पर्धा की होड लगी हुई है उसमें वही देश या वहाँ की व्यापारिक कम्पनियाँ टिक सकती हैं, जो अद्यतन आर्थिक सूचनाओं को ध्यान में रखते हुए अपने उत्पादों को विश्व बाजार में प्रस्तुत करेगी।

कुछ विद्वान आर्थिक समाचारो को महत्वहीन बताते हुए यह दलील देते है कि जो लोग व्यापार नहीं करते, उद्योग नही चलाते, बाजार के साथ जिनका सम्पर्क मात्र सामान्य उपभोक्ता की हैसियत से है, उनके लिए ऐसे आर्थिक समाचारो का विशेष महत्व नहीं है, क्योंकि अन्य समाचारों की तरह वाणिज्य समाचार भी घटना के दूसरे या तीसरे दिन ही उनके पास पहुँचते हैं। जैसे गुरुवार के प्रातः संस्करण में बुधवार के समाचार होंगे। बाजार भाव, शेयर, जिन्स, सर्राफा आदि के भाव प्रतिदिन बदलते रहते हैं। इसलिए बुधवार के भावो की उपयोगिता गुरुवार को उतनी नहीं रह जाती है। जब एक दिन पहले के भाव दूसरे दिन काम नहीं आ सकते तो ऐसे भाव छापने की आवश्यकता ही क्या है ?

वस्तुतः ऐसे दलील स्वयं अर्थहीन होते है। एक सामान्य उपभोक्ता के लिए ऐसी सूचनाएँ तो उपयोगी होती ही हैं उससे कहीं अधिक व्यापारी वर्ग के लिए यह उपयोगी होती हैं। सम्पन्न से सम्पन्न व्यापारी भी देश-विदेश की तमाम आर्थिक-व्यापारिक गतिविधियों का दैनिक विवरण जानना चाहता है। आज की दुनिया में एक बाजार का परिवर्तन दूसरे को प्रभावित करता ही है। ऐसी स्थिति मे व्यापारिक सफलता के लिए यह आवश्यक है कि विभिन्न बाजारो के दैनिक उतार-चढ़ाव तथा उनकी अन्तरधारणाओं के बारे में विस्तृत जानकारी बराबर मिलती रहे। यह काम दैनिक समाचारपत्र आसानी से कर सकते हैं। उद्योग-वाणिज्य और वित्तीय विषयक विचार, समाचार प्रबुद्ध एव सामान्य पाठकों के लिए भी उपयोगी हैं। इसके लिए आवश्यक है कि उद्योग वाणिज्य पृष्ठ पर अद्यतन सामग्री प्रकाशित की जाय। प्रस्तुतीकरण भी सरल तथा सुबोध होना चाहिए।

आज पूरी दुनिया मे उपभोक्ता सस्कृति का तेजी से प्रसार हो रहा है। उपभोक्ता समाज में उत्पादित वस्तुओ को उपभोक्ताओ तक पहुँचाने तथा उनके लिए इन्हे उपयोगी और आवश्यक बनाने मे सूचनाओ की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। ऐसी सूचनाएँ आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में आती हैं। यहाँ यह भी उल्लेखनीय है कि जनसंचार माध्यमों ने जनजीवन को काफी प्रभावित किया है। दूरदर्शन, फिल्म और दूसरे संचार माध्यम देश मे उपभोक्तावाद को बढ़ावा दे रहे हैं। इस सम्बन्ध में इस पुस्तक के लेखक द्वारा पूर्व में किये गये अध्ययन से भी यह स्पष्ट होता है कि विभिन्न सम्पृष्ट वर्ग के लोगों ने स्वीकार किया है कि संचार माध्यमों ने उपभोक्तावाद को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण और सार्थक भूमिका निभायी है। इस परिप्रेक्ष्य मे आर्थिक समाचारों का महत्व स्वयं सिद्ध होता है।

दूसरी ओर उद्योगों का त्वरित गति से फैलाव हो रहा है। औद्योगिकीकरण ने अर्थव्यवस्था और आम नागरिकों की स्थिति को प्रभावित किया है। सार्वजनिक क्षेत्र के उद्यमों के साथ ही निजी क्षेत्र के उद्योगों का काफी तेजी से फैलाव हुआ है। अब तो बहुराष्ट्रीय कम्पनियो का भारत सहित दुनिया के अनेक देशों में साम्राज्य

फैलता जा रहा है। कारपोरेट गतिविधियां बढ़ी हैं और इसी के साथ निवेशकों का एक बहुत बड़ा तबका उद्योगों में पूंजी निवेश कर उसमें अपनी भागीदारी सुनिश्चित कर रहा है। उद्योगो मे बढती जन-जन की भागीदारी और 'निवेश-संस्कृति' के उदय ने आर्थिक पत्रकारिता के दायित्वों को काफी हद तक बढ़ा दिया है। कम्पनियों से सम्बन्धित सूचनाएँ उसके निवेशको तक सही तरीके से पहुँचाने का गुरुत्तर दायित्व आर्थिक पत्रकारो पर आ पडा है। आज का निवेशक मात्र शेयरों का भाव जान लेने तक अपने को सीमित नहीं रख पाता है। उसकी जानकारी का दायरा काफी तेजी से बढता जा रहा है। ऐसी स्थिति में आर्थिक समाचारों का महत्त्व भी काफी तेजी से बढता जा रहा है।

आर्थिक समाचारों के स्रोत

आर्थिक समाचारो के स्रोत काफी विस्तृत हैं। इस अर्थ प्रधान युग मे जहाँ कहीं भी आर्थिक क्रियाएँ या गतिविधियाँ होती हैं, वहाँ से आर्थिक समाचार प्राप्त किये जा सकते है। बाजार, वित्तीय सस्थान, उद्योग, सरकारी एवं गैर-सरकारी प्रतिष्ठान, विदेशी वाणिज्य दूतावास आयात-निर्यात को संचालित करने वाला विभाग, औद्योगिक एवं व्यापारिक संघटन, वित्त, वाणिज्य और उद्योग मंत्रालयो, कृषि आदि क्षेत्रों से आर्थिक एवं वित्तीय समाचार प्राप्त किये जा सकते है। इसके अतिरिक्त संवाद समितियों से भी ऐसे समाचार प्राप्त किये जा सकते है। यहाँ संक्षेप मे आर्थिक समाचारों के निम्नलिखित स्रोतों का उल्लेख किया जा रहा है--

1. संवाद समितियां-- संवाद समितियाँ आर्थिक एवं वित्तीय समाचार प्राप्त करने की मूल स्रोत होती हैं। भारत मे प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया (पी.टी.आई.), 'भाषा', यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यू.एन.आई.), 'यूनीवार्ता' के अतिरिक्त यू.एन.आई. द्वारा आर्थिक एवं वित्तीय समाचारो को देने के लिए स्वतंत्र रूप से 'यूनीफिन' संवाद समिति की भी स्थापना की गयी है, जो टेलीप्रिण्टर के माध्यम से आर्थिक एवं वित्तीय समाचार बराबर देती रहती हैं। इनमे सर्राफा, खाद्यान्न, शेयर, मुद्रा, विनियम के दर भी दिये जाते हैं।

यहाँ एक ऐतिहासिक तथ्य भी विशेषरूप से उल्लेखनीय हैं। व्यापारिक समाचारों को दूरस्थ स्थानों पर भेजने के इरादे से ही विश्व की प्रमुख संवाद समिति एजेंसी 'रायटर' का अभ्युदय हुआ। इजराइली मंदडिया जोसाफाट ब्रुसेल्स शेयर बाजार के भाव कबूतरों के जरिये भेजता था। यह कहानी अब इतिहास के पन्नों में सिमट कर रह गयी है। जोसाफाट का जन्म कैसल में हुआ था। सन् 1844 में उसने ईसाई धर्म स्वीकार कर अपना नाम 'रायटर' रख लिया। 11 वर्ष बाद वह लन्दन चला गया। वहाँ से वह स्टाक एक्सचेंज के भाव तार के जरिये से पेरिस भेजता था इसके सात वर्ष बाद यह यूरोप के प्रमुख ———ों को संवाद प्रेषित करने

लगा था। उसके द्वारा स्थापित 'रायटर' एजेंसी विश्व की प्रमुख संवाद समिति बन गयी। यह एजेंसी व्यापारिक समाचारों के अतिरिक्त खेती, आर्थिक, औद्योगिक आदि विषयों पर फीचर आदि भी उपलब्ध कराती है। भारत मे सवाद समिति की स्थापना का श्रेय भी 'रायटर' को ही जाता है। अमेरिकी गृहयुद्ध के दौरान 'रायटर' का कार्यक्षेत्र फैला और वह अटलांटिक महासागर के उस पार तक पहुँच गया। सन् 1860 में सबसे पहले 'बाम्बे गजट' ने 'रायटर' से व्यापारिक समाचार लेना प्रारम्भ किया था। इससे यह स्पष्ट है कि आर्थिक एवं व्यापारिक समाचारो के प्रसार के इरादे ने ही संवाद समितियों को जन्म दिया।

2. **फीचर समितियां**— देश मे ऐसी अनेक फीचर सेवाएँ उपलब्ध हैं, जो आर्थिक एव वित्तीय विषयों पर समीक्षात्मक लेख, विशेष लेख आदि समाचारपत्रो तथा पत्रिकाओं को उपलब्ध कराती हैं। विशेषीकृत संवाद प्रेषण के सदर्भ में फीचर समितियाँ आर्थिक समाचारों की प्रमुख स्रोत बन गयी हैं।

3. **मुद्रा बाजार**— आर्थिक समाचारों का एक प्रमुख स्रोत मुद्रा बाजार है, जहाँ से विश्व की सभी प्रमुख मुद्रा बाजारों की गतिविधियों से सम्बन्धित समाचार प्राप्त होते हैं। न्यूयार्क की 'वालस्ट्रीट', लन्दन की 'लेम्बर्ड स्ट्रीट' और कलकत्ता की 'क्लाइव स्ट्रीट' के समान ही आर्थिक पत्रकारों को विश्व के उन अन्य देशो के मुद्रा बाजारों पर भी सतर्क दृष्टि रखनी पड़ती है, जिसका प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष प्रभाव भारतीय अर्थतंत्र या मुद्रा पर पड सकता है। मुद्रा बाजार में विश्व की प्रमुख मुद्राओं की खरीद-बिक्री का कार्य होता है। इस बाजार पर सरकार का पूरा नियंत्रण रहता है। सरकार द्वारा समय-समय पर बनायी गयी मौद्रिक नीतियों का पालन किया जाता है। बम्बई, कलकत्ता, अहमदाबाद और कानपुर की गणना देश के प्रमुख मुद्रा बाजारों में की जाती है। लन्दन तथा न्यूयार्क के मुद्रा बाजार विश्व स्तर के हैं। भारतीय मुद्रा बाजार में पूंजी लगाने वालों में भारतीय स्टेट बैंक, रिजर्व बैक, साहूकार और देशी बैंकर आदि प्रमुख होते हैं। ये मुद्रा बाजार मे पूजी की अल्पकालीन आवश्यकताओं को पूरा करते हैं और इसके बदले में इन्हें ब्याज प्राप्त होता है। आयात-निर्यात का व्यापार करने वालों के लिए मुद्रा-विनियम की दरों का काफी महत्व होता है। इसके साथ ही देश के विदेशी मुद्रा कोष की स्थिति को भी यह प्रभावित करता है।

4. **पूंजी बाजार**— आर्थिक समाचारों का प्रमुख स्रोत पूंजी बाजर भी है। आर्थिक समाचारों में पूंजी बाजार का महत्वपूर्ण स्थान है। पूंजी बाजार में शेयरों, ऋणपत्रों (डिबेंचरों) तथा सरकारी प्रतिभूतियों की खरीद-बिक्री होती है। शेयरों मे निवेश करने वालों की संख्या में हुई वृद्धि को देखते हुए शेयरों के भावों, शेयर बाजारों की प्रवृत्तियों आदि की जानकारी प्राप्त करने वाले पाठकों की संख्या भी

बेतहाशा बढ़ी है। देश की प्रगति के लिए पूंजी की गतिशीलता प्रदान करने की दृष्टि से पूंजी बाजार की उल्लेखनीय भूमिका होती है। शेयर बाजारों में अब विदेशी सस्थागत निवेशकों के प्रवेश से इन बाजारों का महत्व और भी बढ़ गया है। आर्थिक उदारीकरण की नीतियो के चलते विदेशी निवेशकों की भी इस देश मे महत्वपूर्ण भूमिका हो गयी है। देश का अग्रणी शेयर बाजार बम्बई में है। इसके अतिरिक्त दिल्ली, कलकत्ता. मद्रास, कानपुर, पटना. इन्दौर, कोचीन, बडोदरा, जयपुर, बंगलौर, भुवनेश्वर सहित देश में इस समय 23 मान्यता प्राप्त स्टाक एक्सचेंज हैं। इसके अलावा एक राष्ट्रीय स्टॉक एक्सचेज की स्थापना बम्बई के वर्ली में की गयी है। इसके साथ ही 'ओवर दी काउण्टर एक्सचेंज ऑफ इण्डिया' की भी स्थापना बम्बई मे ही की गयी है जिसकी शाखाएँ देश के 25 प्रमुख स्थानों पर खोलने की योजना बनायी गयी है। शेयर बाजारों पर नियंत्रण भारत सरकार द्वारा स्थापित 'भारतीय प्रतिभूति एवं विनियम बोर्ड' (सेबी) का रहता है।

5. वस्तु बाजार— वस्तु बाजार का सीधा सम्बन्ध आम उपभोक्ताओ से रहता है। दैनिक उपयोग में आने वाली प्राकृतिक उपजों, खनिज वस्तुओ तथा उसके द्वारा निर्मित वस्तुओं का क्रय-विक्रय वस्तु बाजार में होता है। वस्तु बाजार भी आर्थिक समाचारों के मुख्य स्रोत हैं। खाद्यान्न बाजार, किराना बाजार, रसायन बाजार, तल तिलहन, वनस्पति, फल-सब्जी आदि महत्वपूर्ण वस्तुओं के भाव आम उपभोक्ताओं के लिए अधिक उपयोगी होते हैं।

6. बैंक— बैंक आर्थिक समाचारों के प्रमुख स्रोतों में से एक है। बैंक का हर तबके के लोगों से सीधा सम्पर्क रहता है। राष्ट्रीयकृत बैंकों के अतिरिक्त अब निजी क्षेत्रों में भी बैंकों ने अपना कामकाज शुरू कर दिया है। बैंकों द्वारा समय-समय पर अपने आन्तरिक कार्य, शेयर होल्डरों या ग्राहकों की जानकारी के लिए प्रकाशित की जाने रिपोर्ट या 'स्टेटमेन्ट' का उपयोग समाचारों के लिए किया जा सकता है। प्रत्येक बैंक की वार्षिक रिपोर्टों में महत्वपूर्ण समाचार तत्त्व निहित होते हैं। भारतीय स्टेट बैंक और भारतीय रिजर्व बैंक की रिपोर्ट के आधार पर भी सैकडों महत्वपूर्ण समाचार तैयार किये जा सकते हैं। सहकारी क्षेत्र के बैंकों से महत्वपूर्ण समाचार प्राप्त किये जा सकते हैं। अब तो अनेक राष्ट्रीयकृत बैको ने सहयोग निधियों की भी स्थापना कर ली है। इन सहयोग निधियों से जुड़े निवेशको को महत्वपूर्ण सूचनाएँ उपलब्ध करायी जा सकती हैं।

7. वित्तीय एवं औद्योगिक निगम— प्रत्येक राज्य में वित्तीय तथा औद्योगिक निगम होते है। इसके अतिरिक्त केन्द्र सरकार के अधीन भी वित्तीय और औद्योगिक निगम एवं संस्थान कार्यरत हैं। आर्थिक तथा औद्योगिक निगमों की गतिविधियों से सम्बन्धित विवरणपत्रों और इन निगमों के पदाधिकारियों से प्राप्त जानकारी का उपयोग भी आर्थिक समाचारों के लिए किया जा सकता है।

8. **व्यावसायिक संगठन**— पूरे देश में जिला स्तर से लेकर राष्ट्रीय स्तर तक अनेक व्यावसायिक संगठन हैं। इनमें फिक्की, एसोचेम, फियो, पी.एच.डी. चेम्बर ऑफ कामर्स. कनफेडरेशन ऑफ इण्डियन इण्डस्ट्रीज के अतिरिक्त कपड़ा, रसायन गल्ला, चीनी, किराना, मसाला आदि के भी व्यावसायिक संगठन हैं। इन संगठनो से महत्वपूर्ण सूचनाएँ प्राप्त की जा सकती हैं।

9. **शासकीय संगठन**— केन्द्र और प्रान्तीय सरकार के संगठनों से भी महत्वपूर्ण आर्थिक एवं वित्तीय समाचार प्राप्त होते हैं। रोजगार कार्यालय, उत्पादन और विपणन निरीक्षक, आयात-निर्यात के कार्यालय आदि से प्राप्त सूचना सामग्री भी व्यावसायिक और आर्थिक संवादो के लिए उपयोगी होती हैं।

10. **औद्योगिक इकाइयाँ**— औद्योगिक संगठनों के साथ पृथक्-पृथक् औद्योगिक इकाइयों और कम्पनी कार्यालयों से भी उपयोगी समाचार-सामग्री प्राप्त की जा सकती है। औद्योगिक इकाइयों में श्रमिकों की दशा, हड़ताल तथा लाक-आउट के अनुवर्तन से भी विशेष सूचनाएँ प्राप्त होती है।

11. **श्रमिक संगठन**— श्रमिक संगठनों का उद्योग जगत से सीधा सम्बन्ध रहता है और इनकी गतिविधियों से उद्योग प्रभावित होते हैं। श्रमिक सगठनों की बैठकें, वार्षिक समारोह, सुप्रीम कोर्ट, हाईकोर्ट, श्रमिक न्यायालयों और औद्योगिक न्यायालयों के 'एवार्ड' श्रमिकों का जीवन-स्तर, आर्थिक दशा, श्रमिक स्वास्थ्य आदि से सम्बन्धित प्रामाणिक रिपोर्ट तथा अन्य सूचना सामग्री से महत्वपूर्ण समाचार तैयार किये जा सकते हैं और इन्हें अर्थ-वाणिज्य पृष्ठ पर प्रकाशित किया जा सकता है।

12. **कृषि**— कृषि हमारे देश का प्रमुख व्यवसाय है और कृषि से सम्बन्धित गतिविधियों से महत्वपूर्ण आर्थिक समाचार तैयार किये जा सकते हैं। अब तो पूरे देश में कृषि पर आधारित उद्योगों का संजाल फैल चुका है और वैसे भी कृषि को कमोवेश उद्योग का दर्जा दिया जा चुका है। जिला कृषि कार्यालय से लेकर कृषि विश्वविद्यालयों तथा केन्द्रीय और प्रान्तीय कृषि मंत्रालयों की रिपोर्ट और कृषि अनुसंधान केन्द्रों के शोध-पत्रों से कृषि समाचार प्राप्त किये जा सकते हैं। फसल रिपोर्ट, फार्म, सरकारी फार्म, कृषि उत्पादनों के स्थानीय बाजार-भाव, डेयरी, पोल्ट्री, फल उत्पादन, शाक-सब्जी, तिलहन, कपास, जूट, धान, गन्ना आदि का उत्पादन तथा इनसे सम्बन्धित अन्य सूचनाओं आदि का उपयोग व्यावसायिक तथा आर्थिक समाचारों के लिए किया जा सकता है।

13. **परिवहन**— परिवहन स्वयं में एक उद्योग है। रेलमार्ग, सड़क परिवहन, जलमार्गीय और वायुमार्गीय व्यवसाय साधनों से सम्बन्धित संगठनों से व्यावसायिक स्थिति, माल के आवागमन, भाड़ा तथा सेवाओं मे परिवर्तन परिवर्धन आदि की जानकारी से भी आर्थिक समाचार बनाये जा सकते हैं और इनकी उपयोगिता भी है

14. करों के विभाग – विभिन्न प्रकार के करों के बारे में अद्यतन जानकारी देना भी आर्थिक पत्रकारों का ही दायित्व है। करों के विभाग आर्थिक समाचारों के प्रमुख स्रोत हैं। आयकर, केन्द्रीय उत्पाद शुल्क, सीमा शुल्क, बिक्रीकर-व्यापारकर आदि के बारे में बराबर कुछ न कुछ परिवर्तन और परिवर्धन होते रहते हैं। इसकी जानकारी करदाताओं के लिए अत्यन्त उपयोगी होती हैं।

15. वाणिज्य दूतावास – विभिन्न देशों के दूतावासों में वाणिज्य अधिकारी होते हैं। वहाँ से विदेश व्यापार के बारे मे महत्वपूर्ण सूचनाएँ प्राप्त की जा सकती हैं। आयात-निर्यात के व्यापार से जुडे लोगों के लिए ऐसी सूचनाएँ काफी उपयोगी होती हैं।

16. इण्टरनेट – आधुनिक संचार माध्यमों में 'इण्टरनेट' प्रणाली का उपयोग आर्थिक समाचारों के लिए किया जा सकता है। 'इण्टरनेट' प्रणाली के अन्तर्गत पूरे विश्व मे उद्योग-व्यापार, आयात-निर्यात आदि के बारे में अद्यतन महत्वपूर्ण सूचनाएँ रहती है। इन सूचनाओ का उपयोग करके अच्छे समाचार बनाये जा सकते हैं। उदाहरण के लिए जूट या जूट से बने सामान के बारे में पूरी दुनिया से सम्बन्धित जानकारी की यदि हमें आवश्यकता पड़े तो इसे 'इण्टरनेट' के माध्यम से प्राप्त किया जा सकता है। किन-किन देशों में जूट के उत्पादन होते हैं। उनके उत्पादों के वर्तमान भाव क्या हैं? कौन-कौन प्रमुख कम्पनियाँ इन उत्पादों का आयात-निर्यात करती है। इन सबकी जानकारी आधुनिक 'इण्टरनेट' कम्प्यूटर प्रणाली से कुछ मिनटों में ही प्राप्त की जा सकती है। विश्व के तीन करोड़ से अधिक आधुनिक कम्प्यूटर 'इण्टरनेट' से जुड़े हुए हैं, जो पल-प्रतिपल अद्यतन सूचनाएँ अपने ग्राहकों को देती रहती हैं।

17. संवाददाता सम्मेलन – संवाददाता सम्मेलन समाचार का एक महत्वपूर्ण स्रोत होता है। आधुनिक युग में इस विधा का विकास अधिक हुआ है। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में भी संवाददाता सम्मेलन का प्रचलन तेजी से चल पड़ा है। विभिन्न कम्पनियों के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक, अधिशासी निदेशक, विपणन अधिशासी जैसे प्रमुख अधिकारीगण कम्पनी के उत्पादों एवं ग्राहकों तक जानकारी पहुँचाने के लिए सवाददाता सम्मेलनों का आयोजन करते रहते हैं। इसके अतिरिक्त वित्तीय संस्थाओ, उद्योग व्यापार सगठनों, सरकारी गैर सरकारी उद्यमों, विभागो के अधिकारीगण भी महत्वपूर्ण सूचनाएँ देने के लिए संवाददाता सम्मेलनो का आयोजन प्राय: करते हैं।

18. साक्षात्कार – उद्योग, व्यापार तथा वित्तीय क्षेत्रों से जुड़े प्रमुख व्यक्तियो से व्यक्तिगत सम्पर्क कर महत्वपूर्ण जानकारी प्राप्त की जा सकती है। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में भेंटवार्ताओं पर आधारित समाचार काफी रुचि के साथ पढ़े जाते हैं। इससे पृष्ठ का आकर्षण भी बढ़ता है। प्रत्यक्ष भेंट या टेलीफोन पर किया गया समालाप समाचारों को पूर्ण बनाते हैं। वस्तुत भेंटवार्ताएँ दो प्रकार की होती

हैं– पहली - महत्वपूर्ण व्यक्ति से भेंट, दूसरी - किसी ठोस समाचार के सम्बन्ध में बातचीत। भेंटवार्ता की सफलता का रहस्य अच्छे, सही और बुद्धिमत्तापूर्ण प्रश्न पूछे जाने पर निर्भर करता है। इसके लिए आवश्यक है साक्षात्कार लेने वाले आर्थिक पत्रकार को विषय का अच्छा ज्ञान हो और उसमे वाक् चातुर्य भी हो। कभी-कभी अधकचरे ज्ञान रखने वाले ऐसे आर्थिक पत्रकार उटपटांग प्रश्न पूछकर न केवल अपनी स्थिति हास्यास्पद बनाते हैं बल्कि अपने समाचारपत्र की छवि भी धूमिल करते हैं। ऐसे पत्रकार संवाददाता सम्मेलनों में भी हास्यास्पद स्थितियाँ पैदा करने से बाज नहीं आते हैं।

19. विक्रेता सम्मेलन – विक्रेता सम्मेलन (डीलर्स मीट) भी आर्थिक समाचारों का एक स्रोत है। ऐसे सम्मेलनो में कम्पनी के अधिकारीगण अपने उत्पादों की बिक्री बढ़ाने, ग्राहकों को 'बिक्री पश्चात् सेवा' उपलब्ध कराने, ग्राहकों और विक्रेताओं की समस्याओं के निराकरण आदि पर विचार-विमर्श करते हैं। ऐसे अवसरों पर अच्छी बिक्री करने वाले विक्रेताओं को कम्पनी के अधिकारीगण पुरस्कृत करते हैं। ऐसे सम्मेलनों में पत्रकारों को भी आमंत्रित किया जाता है। इन सम्मेलनों से महत्वपूर्ण समाचार प्राप्त किये जा सकते हैं।

20. शेयरधारकों की वार्षिक साधारण बैठक – ऐसी बैठकों को ए.जी.एम. (ऐन्युअल जनरल मीटिंग) कहते है, जो कम्पनी और उसके शेयर-धारकों के लिए काफी महत्वपूर्ण होता है। इन बैठकों में लाभांश, राइट शेयर, आदि की घोषणा की जाती है साथ कम्पनी के अन्य आवश्यक कार्यों के बारे में शेयरधारकों की अनुमति ली जाती है। जिन कम्पनियों के शेयरधारको की संख्या बहुत अधिक होती है, उनकी बैठकें बहुत बडे सभागार या मैदान में की जाती हैं। रिलायंस इण्डस्ट्रीज के शेयरधारकों की बैठकें इसी प्रकार की होती हैं, जहाँ कई क्लोज सर्किट टी.वी. की व्यवस्था भी की जाती है। इन बैठकों से महत्वपूर्ण आर्थिक समाचार प्राप्त किये जाते हैं। कभी-कभी कम्पनियां विशेष बैठकें भी आयोजित करती हैं।

21. कम्पनी रिपोर्ट– कम्पनियों की रिपोर्ट से महत्वपूर्ण आर्थिक समाचार तैयार किये जा सकते हैं। कम्पनी की वित्तीय स्थिति, उत्पादन, विपणन, लाभ आदि का विवरण इन रिपोर्टों में दिया रहता है जिसके माध्यम से समाचार तैयार किये जा सकते हैं।

आर्थिक समाचारों के स्रोत काफी व्यापक हैं। उपर्युक्त बिन्दुओं के माध्यम से इन्हें सीमित नहीं किया जा सकता है। आज के युग में मनुष्य के जीवन का हर पक्ष 'अर्थ' से प्रभावित है। ऐसी स्थिति में मानवजीवन का हर 'अर्थकारक' पक्ष आर्थिक समाचारों का स्रोत है। यदि किसी आर्थिक पत्रकार के पास सूझ-बूझ और समाचार की दृष्टि है तो उसे हर पल कोई न कोई आर्थिक समाचार प्राप्त हो जायगा। इसके लिए अपेक्षाकृत अधिक धैर्य और श्रम की आवश्यकता है।

●

तृतीय अध्याय

आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र

- कृषि एवं ग्रामीण अर्थव्यवस्था
- उद्योग
- व्यापार
- वित्त
- लोकवित्त
- बाजार
- कारपोरेट क्षेत्र और व्यापारिक संघटन

आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र

समाज की आर्थिक गतिविधिया अनन्त हैं और उसकी आवश्यकताएँ भी असीमित हैं। इसलिए आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र भी व्यापक एवं विस्तृत हैं। इसे सीमा में बांधना एक कठिन कार्य है। आर्थिक तथ्यों एवं आँकड़ों तथा आर्थिक क्रियाओं में परिवर्तन तेजी से होने के कारण इस क्षेत्र में सूचना का प्रवाह भी ज्यादा ही होता है। आज का युग अर्थ प्रधान होने के कारण आर्थिक सूचनाओं का प्रवाह अन्य सूचनाओं के प्रवाह से काफी अधिक होने लगा है, जिससे आर्थिक पत्रकारिता का क्षेत्र एवं महत्व भी काफी बढ़ा है। अध्ययन की सुविधा की दृष्टि से आर्थिक पत्र-कारिता के कुछ प्रमुख क्षेत्रों को स्पष्ट करने का प्रयास किया गया है, जो निम्नलिखित हैं–

1. कृषि एवं ग्रामीण अर्थव्यवस्था

कृषि हमारे देश में केवल जीविकोपार्जन का साधन या उद्योग-धन्धा ही नहीं है बल्कि वह अर्थ-व्यवस्था की रीढ़ की हड्डी है। देश के उद्योग-धन्धे, विदेश व्यापार, विदेशी मुद्रा अर्जन, विभिन्न योजनाओं की सफलता एवं राजनीतिक स्थायित्व भी काफी हद तक कृषि पर ही निर्भर है। भारत में कृषि उत्पादकता, कृषि के पिछड़ेपन के कारण, सुधार के उपाय, कृषि के लिए सरकारी प्रयास, कृषि अनुसंधान एवं विकास, कृषि उपज का विपणन, बाजार, कृषि एवं खाद्य नीति, पुरानी कृषि व्यवस्था, भूमि का विभाजन एवं एकीकरण, भूमि सम्बन्धी नियम और सहकारी कृषि से सम्बन्धित सूचनाएँ आर्थिक पत्रकारिता के लिए काफी महत्वपूर्ण हैं। आर्थिक पत्रकारिता कृषि से सम्बन्धित सभी प्रकार की गतिविधियों को अपने क्षेत्र में समेटती हैं। कृषि के बिना आर्थिक पत्रकारिता अधूरी रह जायेगी। इसलिए आर्थिक पत्रकारिता के लिए कृषि प्रमुख एवं व्यापक क्षेत्र है।

कृषि और ग्रामीण अर्थव्यवस्था दोनों में अन्योन्याश्रित सम्बन्ध है। कृषि के बिना ग्रामीण अर्थव्यवस्था की कल्पना नहीं की जा सकती है। कृषि गाँवों में होती है, शहरों मे नहीं। अत: जहाँ कृषि होगी वहाँ ग्रामीण अर्थव्यवस्था भी होगी। भारत कृषि प्रधान देश होने के कारण देश की अर्थव्यवस्था में ग्रामीण अर्थव्यवस्था का महत्वपूर्ण स्थान है। गाँव की यातायात प्रणाली, लघु एवं कुटीर उद्योग-धन्धे, महाजनी, ब्याज की अधिक दरें, वित्त का अभाव, बैंकिंग एवं वित्तीय संस्थाओं की कमी, उचित मूल्य एवं उपज भण्डारण का अभाव, गरीबी, बरोजगारी, अशिक्षा आदि ग्रामीण अर्थव्यवस्था की प्रमुख विशेषताएँ हैं। ग्रामीण अर्थव्यवस्था में सुधार के सरकारी उपाय, ग्रामीण विकास आन्दोलन, समन्वित ग्रामीण विकास कार्यक्रम तथा ग्रामीण

रोजगार कार्यक्रम, स्वरोजगार प्रशिक्षण और अन्य योजनाओं के क्रियान्वयन से भी आर्थिक समाचार बनते हैं। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में ग्रामीण अर्थव्यवस्था और कृषि को अलग नहीं किया जा सकता। इस क्षेत्र की प्रत्येक सूचना एक-दूसरे से जुडी रहती हैं। ग्रामीण अर्थव्यवस्था की सूचनाओं को नजरन्दाज करके आर्थिक पत्रकारिता को पुष्ट नहीं किया जा सकता। ग्रामीण पत्रकारिता आर्थिक पत्रकारिता का एक अभिन्न अंग है। यदि ग्रामीण पत्रकारिता को आर्थिक पत्रकारिता से अलग किया जाये तो यह हमारी भूल होगी।

भारत में ग्रामीण अर्थव्यवस्था शुद्ध रूप से स्वदेशी अर्थव्यवस्था है, जिसमें गांधीवादी अर्थव्यवस्था की झलक मिलती है। इस अर्थव्यवस्था के तहत ग्राम्य स्वराज की कल्पना की गयी है तथा अर्थव्यवस्था के विकेन्द्रीकरण पर जोर दिया गया है। स्वदेशी अर्थव्यवस्था की दिशा और दशा के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए आर्थिक पत्रकारिता का उपयोग किया जा सकता है। साथ ही यह पता भी किया जा सकता है कि ग्रामीण अर्थव्यवस्था में गांधीवादी अर्थशास्त्र का कितना योगदान है। क्या ग्राम स्वराज का लक्ष्य प्राप्त कर लिया गया है? यदि नहीं तो इसमें क्या कठिनाई है, इसका पता लगाना भी आर्थिक पत्रकारिता का क्षेत्र हो सकता है। अर्थव्यवस्था का विकेन्द्रीकरण कितना हुआ है और इसकी गति एवं प्रगति कैसी है? इस सम्बन्ध में महत्वपूर्ण सूचनाएँ एकत्र करके पाठकों तक पहुँचाई जा सकती है।

2. उद्योग

आजकल उद्योग का अर्थ विज्ञान, तकनीक की सहायता से नवीन उपयोगिताओं या मूल्यों के निर्धारण से लगाया जाता है। जब उद्योगों की श्रृंखला व्यापक रूप धारण कर लेती है तो यह एक प्रक्रिया बन जाती है, जिसे औद्योगिकीकरण कह सकते हैं। किसी भी अर्थव्यवस्था के विकास में उद्योग-धन्धों की भूमिका अहम होती है। आज जिस देश में उद्योगों का विकास अधिक हुआ है, वह देश ज्यादा विकसित माना जाता है। उद्योगों की प्रगति, उनकी समस्याओं, संभावनाओं, श्रमिक विवादों, औद्योगिक वित्त, औद्योगिक नीति, उत्पादन, लागत की दशा, परिवहन और अन्य सम्बन्धित सूचनाओं के बारे में तथ्य एकत्रित करना, उनका विश्लेषण करना, निष्कर्ष निकालना और फिर प्रकाशित करना आर्थिक पत्रकारिता का आज एक महत्वपूर्ण उद्देश्य हो गया है। औद्योगिक विकास को गति देने का भी कार्य कर रही हैं आर्थिक पत्रकारिता। वर्तमान में हमारे देश में कई प्रकार के उद्योग कार्य कर रहे हैं। इन उद्योगों के बारे में पूर्ण ज्ञान आर्थिक पत्रकारिता के लिए आवश्यक है; क्योंकि औद्योगिक ढाँचे को समझे बिना उद्योग के बारे में कुछ भी लिखना उचित नहीं होगा। एक आर्थिक पत्रकार के लिए यह आवश्यक है कि उसे उद्योगों के बारे में बुनियादी जानकारी हो। भारत में निम्न प्रकार के उद्योग कार्यरत हैं—

(क) लघु उद्योग— भारत में लघु उद्योगों की परिभाषा बदलती रहती है, लेकिन मोटे तौर पर लघु उद्योगों का आंकलन उसकी निवेश राशि से किया जाता रहा है। वर्तमान मे लघु उद्योगों की परिभाषा के अन्तर्गत वे समस्त इकाइयां इसमें सम्मिलित की गयी हैं, जिनमे परिसम्पत्तियों के रूप में संयंत्र और मशीनरी पर 35 लाख रुपये से अधिक पूँजी नहीं लगी है लेकिन छोटे पुर्जे, उपकरण, संयंत्र एव मशीनरी पर या मरम्मत का कार्य करने वाली इकाइयों की दशा मे 45 लाख रुपये तक की पूँजी विनियोजित करने वाली इकाइयों को भी लघु उद्योगों की परिभाषा के अन्तर्गत रखा गया है। हाल ही में केन्द्र सरकार ने अब इस राशि को बढाकर तीन करोड रुपये कर दिया है।

(ख) कुटीर उद्योग— कुटीर उद्योग धन्धे वे धन्धे हैं, जो अंशतः परिवार के सदस्यों की सहायता द्वारा ही आंशिक या पूर्णकालिक कार्य के रूप में किये जाते हैं। कुटीर उद्योग लगभग पूर्णतः घरेलू उद्योग होते है। ऐसे अधिकांश उद्योग स्थानीय स्रोतों के कच्चा माल प्राप्त करते हैं और अपना अधिकांश उत्पादन स्थानीय बाजारो में बेचते हैं। यह लघु आकार के ग्रामीण स्थानीय और पिछड़ी तकनीक वाले उद्योग होते हैं। कुटीर उद्योगो को दो भागों में बाँटा जा सकता है— ग्रामीण कुटीर उद्योग एवं शहरी कुटीर उद्योग।

लघु एवं कुटीर उद्योग हमारी अर्थव्यवस्था के महत्वपूर्ण अग है, जिनकी कभी भी उपेक्षा नहीं की जा सकती है। दोनो प्रकार के उद्योग भारतीय ग्रामीण अर्थव्यवस्था के अनुकूल हैं और आय के समान वितरण में सहायक हैं। इनके माध्यम से बेराजगारी और अर्द्धबेरोजगारी में कमी लायी जा सकती है। इन उद्योगों का विकास किस गति से हो रहा है, सरकार इसके लिए क्या कर रही है, पंचवर्षीय योजना एवं वार्षिक बजट मे इन उद्योगों के लिए सरकारी प्रावधान क्या हैं, क्रियान्वित योजनाओ का मूल्यांकन और सरकार द्वारा उठाये गये कदमों एवं दी जाने वाली राहत कितनी कारगर है, इसके बारे मे पाठकों को अवगत कराना आर्थिक पत्रकारिता का एक मुख्य कार्य क्षेत्र है। आर्थिक पत्रकारिता इन उद्योगों के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकती है।

(ग) मझोले उद्योग— मझोले उद्योग की कोई समुचित परिभाषा नहीं है। यह लघु और वृहद उद्योग के बीच का उद्योग है। इस श्रेणी के उद्योग लघु उद्योग से बड़े और वृहद उद्योग से छोटे होते हैं। इस उद्योग की पूँजी भी लघु उद्योग से अधिक होती है। इस प्रकार के उद्योग अधिकांशतः शहरी क्षेत्रों में ही लगाये जाते हैं। इनकी खास विशेषता यह है कि मध्यम श्रेणी के उद्योग छोटे एवं बडे दोनों उद्योगों पर निर्भर हैं। कच्चे मालों के लिए इसे अन्य दोनों उद्योगों का सहारा लेना पडता है। उदाहरण के तौर पर उपभोक्ता वस्तु, इलेक्ट्रॉनिक्स, इलेक्ट्रिकल उपकरण, व्हाइट्स गुड्स आदि से सम्बन्धित इकाइयों का विकास स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद काफी हुआ है।

(घ) बड़े उद्योग– इस उद्योग में पूँजी की कोई सीमा नहीं रह गयी है लेकिन इस उद्योग की पूँजी करोड़ों रुपये से शुरू होती है और अरबों रुपये तक हो सकती है। बडे उद्योग का काम बड़े पैमाने पर होता है और इसमें बडे पैमाने पर श्रमिक भी कार्य करते हैं। इस प्रकार के उद्योग अर्थव्यवस्था के विकास मानक बन गये है। हमारे देश में दो प्रकार के बडे उद्योग पाये जाते हैं– पहला आधारभूत उद्योग जिसमें लोहा एव इस्पात, सीमेन्ट, कोयला, रसायन, भारी इजीनियरिंग, बिजली आदि उद्योग शामिल है। दूसरा – उपभोक्ता माल उद्योग जिसमें सूती वस्त्र, जूट, चीनी और कागज आदि उद्योग शामिल है।

भारत में द्वितीय पंचवर्षीय योजना के समय से बड़े पैमाने के उद्योगों का विकास प्रारम्भ हुआ। आज औद्योगिक दृष्टि से भारत एशिया का प्रमुख देश बन गया है। यहाँ बडे पैमाने के उद्योग तेजी से बढ़े हैं। इन उद्योगों में निजी और सार्वजनिक दोनों क्षेत्रों की भागीदारी है। इस प्रकार के उद्योग अधिकाशतः छोटे और मध्यम उद्योगों पर निर्भर करते है। कुछ बड़े पैमाने के उद्योग कृषि पर भी निर्भर करते हैं, लेकिन बड़े उद्योगों में बडी पूँजी की जरूरत होती है, जिसके कारण इसका विकास अधिकांशतः मिश्रित अर्थव्यवस्था के अन्तर्गत ही हुआ है। आर्थिक पत्रकारिता के लिए बड़े उद्योग सूचना के स्रोत के रूप में काफी महत्वपूर्ण हैं। बड़े उद्योगों को आर्थिक पत्रकारिता का प्रमुख क्षेत्र माना गया है।

(च) सार्वजनिक क्षेत्र के उद्योग– राजकीय या सार्वजनिक उपक्रम एक व्यवसायी संस्था होते हैं जिन पर स्वामित्व एवं नियंत्रण सरकार का होता है। सार्वजनिक उपक्रम या राजकीय उपक्रम सरकारी संस्थाएँ होती हैं जो वस्तुओं एवं सेवाओ का उत्पादन एवं विक्रय करती हैं। यह विक्रय उसी प्रकार करती हैं जैसे निजी व्यवसायी करते हैं। इन उपक्रमों का संचालन एवं नियंत्रण सरकार द्वारा किया जाता है। इन उपक्रमों पर स्वामित्व पूर्णरूप से सरकार का होता है या सरकार अधिकांश अंश-पूँजी पर नियत्रण रखती है। भारत में केन्द्रीय सरकार के सार्वजनिक उपक्रमों का अस्तित्व स्वतंत्रता के पूर्व भी था। लेकिन यह कुछ क्षेत्रो तक ही सीमित था जैसे- सैनिक उत्पादन, डाक-तार की व्यवस्था, रेल परिवहन आदि। ये सभी विभागीय उपक्रम थे। वर्ष 1948 एवं 1956 की औद्योगिक नीतियों में सार्वजनिक क्षेत्र के उद्योगों की स्थापना पर बल दिया गया जिसके फलस्वरूप हिन्दुस्तान मशीन टूल्स, सिन्दरी फर्टिलाइजर, हिन्दुस्तान एण्टीबायटिक्स, चितरंजन लोकोमोटिव्स, इण्डियन टेलीफोन इण्डस्ट्रीज, दुर्गापुर, राउरकेला और भिलाई के इस्पात के कारखाने, ऑयल इण्डिया, हैवी इंजीनियरिंग कारपोरेशन, फर्टिलाइजर कारपोरेशन, भारतीय जीवन बीमा निगम और राज्य व्यापार निगम, होशंगाबाद में सिक्यूरिटी पेपर मिल, कोयली में तेल शोधक कारखाना आदि खोले गये। आज देश में लगभग 250 सार्वजनिक उपक्रम कार्य कर रहे हैं।

भारत में सार्वजनिक क्षेत्र के उद्योगों का निष्पादन शुरू में तो काफी बेहतर रहा लेकिन बाद में कुछ उद्योग घाटे में और कुछ फायदे में चलने लगे। घाटे में चलने वाले उद्योगों का निजीकरण करने पर जोर दिया जा रहा है और इस दिशा में कुछ प्रयास भी किये जा रहे हैं। सार्वजनिक क्षेत्र के विकास में आर्थिक पत्रकारिता की जिम्मेदारी ज्यादा बढ़ गयी है। इसके क्षेत्र भी व्यापक हो गये हैं। सार्वजनिक उद्योगों के लाभ-हानि, प्रबन्धन, कार्य करने की दशा, मजदूरी, लाभांश, श्रमिक विवाद, विकास आदि के बारे में सही और विस्तृत जानकारी पाठकों तक पहुँचाना आर्थिक पत्रकारिता का प्रमुख कार्य क्षेत्र बन गया है। वस्तुत. भारत में आर्थिक पत्रकारिता का तेजी से विकास सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों के विकास के कारण ही हुआ है।

(छ) निजी क्षेत्र के उद्योग-धन्धे – जब किसी वस्तु के उत्पादन एवं विक्रय पर किसी एक व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह का नियंत्रण होता है तो उसे निजी उद्योग कहा जा सकता है। भारत में प्राचीन काल से ही निजी उद्योग-धन्धे रहे हैं लेकिन निजी क्षेत्र पर भी कुछ ही लोगों का आधिपत्य रहा। आधुनिक युग में निजी उद्योग-धन्धों का काफी विकास हुआ है और नये-नये उद्योगपति भी पैदा हुए हैं। टाटा, बिडला, रिलायंस, जे.के. सिंहानिया, थापर, मफतलाल, बजाज, लार्सन एण्ड टूब्रो, मोदी आदि बडे निजी उद्योग समूहो के साथ-साथ अब और नये उद्योग समूह भी उभरकर सामने आये हैं। आर्थिक उदारीकरण की नीति से निजी क्षेत्र का तेजी से विकास हो रहा है। अब सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों को भी निजी क्षेत्र को सौंपने के लिए तेजी से विचार किया जा रहा है। निजी कम्पनियो की समस्याएँ, उनके लाभ-हानि, लाभांश, परियोजना, निर्गम, वित्त, कोष, बोर्ड की बैठक, उनका विस्तारीकरण एवं आधुनिकीकरण, समझौता एवं अनुबन्ध, उत्पादन एवं बिक्री आदि के बारे में सूचनाएँ आर्थिक पत्रकारिता के माध्यम से ही पाठकों को मिलती हैं। जब से पूँजी बाजार का विकास होना शुरू हुआ है तब से निजी और सार्वजनिक कम्पनियों की गतिविधियों से पाठकों को अवगत कराना अत्यन्त जरूरी हो गया है।

(ज) संयुक्त उद्यम – आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे संयुक्त उद्यम का महत्व आजकल काफी बढ़ गया है। जब दो कम्पनी समूहों या संस्थाओं द्वारा मिलकर किसी उद्यम की स्थापना की जाती है तो वह संयुक्त उद्यम कहलाता है। संयुक्त उद्यम पर नियंत्रण उसी कम्पनी का होता है जिसका हिस्सा अधिक रहता है। भारत में अधिकांश संयुक्त उद्यम विदेशी कम्पनियों के सहयोग से स्थापित हुए हैं। संयुक्त उद्यमों में विदेशी कम्पनी की इक्विटी 49 प्रतिशत और भारतीय कम्पनी की इक्विटी 51 प्रतिशत होती है और संयुक्त उद्यम पर नियंत्रण भारतीय कम्पनी का होता है फिर भी कुछ खास क्षेत्रों में स्थापित होने वाले संयुक्त उद्यमों के विदेशी इक्विटी

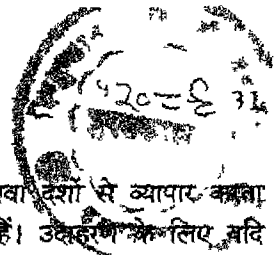
50 प्रतिशत या उससे अधिक हो सकती है। आजकल अधिक साझा उद्यम 50-50 प्रतिशत इक्विटी भागीदारी के साथ स्थापित हो रहे हैं। कारपोरेट क्षेत्र में दो से अधिक कम्पनी समूहों द्वारा भी संयुक्त उद्यम स्थापित किया जा सकता है। अधिकांश साझा उद्यम बड़े-बड़े समूहों द्वारा ही स्थापित हुए हैं। साझा उद्यम में इक्विटी का स्वरूप क्या होगा, इस पर दोनों भागीदार मिल बैठकर तय करते हैं। भारत में कई साझा उद्यम कार्य कर रहे हैं जैसे भारत सरकार और जापान की सुजुकी मोटर कारपोरेशन द्वारा स्थापित मारुति उद्योग लिमिटेड, हीरो-होण्डा मोटर लिमिटेड, टी.वी.एस.-सुजुकी आदि।

(झ) **बहुराष्ट्रीय निगम**— बहुराष्ट्रीय निगम एक उद्यम होता है, जिसकी क्रियाएँ अपने देश से बाहर अनेक देशों तक फैली रहती हैं। इस प्रकार एक बहुराष्ट्रीय निगम वह है जो अनेक देशों में कार्य करता है, उन देशों में अनुसंधान, विकास एवं निर्माण का कार्य करता है, जिसका बहुराष्ट्रीय प्रबन्ध होता है और जिसका स्कन्ध स्वामित्व बहुराष्ट्रीय होता है। ऐसे निगमों को अन्तर्राष्ट्रीय कम्पनी या बहुराष्ट्रीय कम्पनी या राष्ट्रपारीय निगम के नाम से जाना जाता है।

भारत में इस प्रकार की अनेक कम्पनियाँ है, जिनका कारोबार भारत में है, लेकिन उनका मुख्यालय भारत के बाहर किसी दूसरे देश में है तथा जिनका भारत के अतिरिक्त अन्य कई देशों में भी कारोबार है, जैसे— चेहरे के लिए क्रीम बनाने वाली पॉण्ड्स कम्पनी, चाय बेचने वाली वारेन टी कम्पनी, दवाई बनाने वाली सीबा कम्पनी, कॉलगेट-पामोलिव दन्तमंजन एवं दाढ़ी का साबुन बनाने वाली कम्पनी, हिन्दुस्तान लीवर, ग्लैक्सो, गुडलक नेरोलक पेण्ट्स, पेप्सी, कोकाकोला आदि। भारत जैसे विकासशील देशों में बहुराष्ट्रीय निगमों की भूमिका बड़ी महत्वपूर्ण रही है। बहुराष्ट्रीय निगमों की भूमिका, उनकी नीयत, कार्य करने की दशा और दिशा आदि के बारे में सूचनाएँ एकत्र करना और उसे पाठकों तक पहुँचाना आदि आर्थिक पत्रकारिता के मुख्य कार्य क्षेत्र बन गये हैं।

3. व्यापार

व्यापार भी आर्थिक पत्रकारिता का प्रमुख क्षेत्र है। 'व्यापार' शब्द का वास्तविक अर्थ क्रय-विक्रय है। यह क्रय-विक्रय अथवा विनिमय केवल वस्तुओं का ही नहीं होता वरन् सेवाओं तथा धन का भी हो सकता है। इसका उद्देश्य लाभ कमाना होता है। इस प्रकार लाभ कमाने के उद्देश्य से व्यक्तियों अथवा व्यक्ति समूहों के बीच वस्तुओं एवं सेवाओं के विनिमय अथवा क्रय-विक्रय को व्यापार कहते हैं।

व्यापार दो तरह का होता है— (1) घरेलू व्यापार अथवा राष्ट्रीय व्यापार (2) अन्तर्राष्ट्रीय या विदेशी व्यापार। जब किसी देश की सीमा के भीतर ही विभिन्न स्थानों अथवा क्षेत्रों के बीच व्यापार होता है तो उसे आन्तरिक अन्तरक्षेत्रीय व्यापार

कहते हैं। लेकिन जब एक देश किसी दूसरे देश अथवा देशों से व्यापार करता है तो उसे अन्तर्राष्ट्रीय अथवा विदेशी व्यापार कहते हैं। उदाहरण के लिए यदि दिल्ली में बनी वस्तुओं को कोई व्यापारी मुम्बई के किसी व्यापारी के हाथ बेचता है तो इसे आन्तरिक व्यापार कहा जायेगा। लेकिन दिल्ली में बनी वस्तुओं को यदि ब्रिटेन के व्यापारी के हाथों बेचा जाय तो इसे अन्तर्राष्ट्रीय या विदेश व्यापार कहा जायेगा। इसी प्रकार यदि भारत अमेरिका के साथ चाय का व्यापार करे तो उसे भी अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार कहा जायेगा।

(क) आयात— अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में जो देश अथवा व्यापारी दूसरे देशों से माल खरीदता है तो उसे आयातक कहते हैं और माल खरीदने की इस प्रक्रिया को *आयात* कहा जाता है। दूसरे शब्दों में जब कोई देश दूसरे देश से माल मंगाता है तो से आयात कहा जायेगा।

(ख) निर्यात— जब कोई देश या व्यापारी दूसरे देश को माल बेचता है तो उसे निर्यातक कहते हैं और माल बेचने की प्रक्रिया को निर्यात कहा जाता है। दूसरे शब्दों में जब कोई देश दूसरे देश को माल बेचता है तो उसे निर्यात कहा जायेगा। वर्तमान समय मे प्रत्येक देश की अर्थव्यवस्था में आन्तरिक एवं विदेश व्यापार का महत्वपूर्ण स्थान है। अत: प्रत्येक देश अपनी अर्थव्यवस्था की आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए उचित व्यापार नीति अपनाता है। अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार के क्षेत्र में मुख्यतः दो प्रकार की व्यापार नीतियों की चर्चा होती है— स्वतंत्र व्यापार नीति तथा संरक्षण की नीति।

(ग) स्वतंत्र व्यापार— स्वतंत्र व्यापार, व्यापारिक नीति की उस व्यवस्था को कहते हैं, जो देशी और विदेशी वस्तुओं में किसी प्रकार का अन्तर नहीं करती है और इसलिए न तो विदेशी वस्तुओं पर किसी प्रकार का कोई अतिरिक्त भार डाला जाता है और न देशी वस्तुओं को किसी प्रकार की विशेष सुविधाएँ दी जाती हैं।

(घ) व्यापार संरक्षण की नीति— जब देशी उद्योगों की रक्षा अथवा संरक्षण के दृष्टिकोण से विभिन्न देशों के बीच वस्तुओं के आयात-निर्यात पर प्रतिबन्ध लगा दिये जाते हैं तो इस प्रकार की नीति को संरक्षण की नीति कहते हैं। अत: संरक्षण के अन्तर्गत विदेश व्यापार की स्वतंत्रता समाप्त हो जाती है और आयात-निर्यात की स्वाभाविक गति पर प्रतिबन्ध लगा दिया जाता है। इस प्रकार संरक्षण का मुख्य उद्देश्य आन्तरिक अर्थव्यवस्था और विशेषकर देशी उद्योगों को विदेशी प्रतियोगिता के प्रतिकूल प्रभावों से बचाना होता है। लेकिन कभी-कभी राजनीतिक उद्देश्यों की पूर्ति के लिए भी संरक्षण का सहारा लिया जाता है।

(च) सामान्य प्रशुल्क एवं व्यापार समझौता (गैट)— एक जनवरी, 1948 से लागू किया गया सामान्य प्रशुल्क एवं व्यापार समझौता. जिसे 'गैट' समझौता

के नाम से जाना जाता है, सदस्य देशों के बीच अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार के प्रतिबन्धो को दूर करने, उनके बीच आचरण संहिता को निर्धारित करने तथा सहयोग स्थापित करने की एक व्यापार-संधि अथवा समझौता है। यह समझौता वास्तव में द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद की एक महत्वपूर्ण घटना है। आजकल 'गैट' का प्रभाव अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में बढ़ गया है। भारत ने भी इस समझौते पर हस्ताक्षर किया है।

(छ) उदारीकरण – वर्तमान मे विश्वभर में उदारीकरण की नीति अर्थव्यस्था के प्रत्येक क्षेत्र में अपनायी जा रही है। अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का भी उदारीकरण किया जा रहा है ताकि अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में अर्द्ध विकसित देशों को उचित प्रतिनिधित्व मिले। उदारीकरण के अन्तर्गत विकासशील देशों का व्यापार सरल और सुगम बनाने की बात की जा रही है ताकि विकसित देशों के साथ विकासशील देशो का व्यापार सही दिशा में हो सके। यद्यपि उदारीकरण की प्रक्रिया में विकसित देश अपना दबदबा बनाये रखना चाहते हैं लेकिन अर्द्धविकसित देश उदारीकरण की प्रक्रिया मे आने वाली सभी प्रकार की रूकावटों को दूर करना चाहते हैं।

(ज) वैश्वीकरण – आजकल पूरी दुनिया में वैश्वीकरण शब्द को जोरों से उछाला जा रहा है। विश्व भर की अर्थव्यवस्था का सार्वभौमिकीकरण करने की बात चल रही है। इसका उद्देश्य विश्व के प्रत्येक देशो की अर्थव्यवस्था को एक समान बनाना है। यदि वास्तविक रूप से वैश्वीकरण की नीति अपनायी जाती है तो इसे विकासशील एवं गरीब देशों को अवश्य लाभ मिलेगा लेकिन इस नीति के क्रियान्वयन में विकसित देश बाधाएँ खड़ी कर रहे हैं; क्योंकि वे अपना वर्चस्व पूरे विश्व की अर्थव्यवस्था कर कायम रखना चाहते हैं।

आर्थिक पत्रकारिता के माध्यम से ही लोगो को पता चलता रहता है कि अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार किस दिशा में जा रहा है। किस देश का व्यापार कैसा है और किसे अधिक लाभ या हानि हो रही है। संरक्षणी नीति का उपयोग किस उद्देश्य के लिए किया जा रहा है और उदारीकरण की प्रक्रिया कितनी सही है? इन सभी प्रश्नों का उत्तर आर्थिक पत्रकारिता के जरिये देने का प्रयास किया जा रहा है।

4. वित्त

वित्तीय क्षेत्र भी आर्थिक पत्रकारिता का एक प्रमुख क्षेत्र है। इस क्षेत्र में मुद्रा एवं बैंकिंग, बीमा, गैर-बैंकिंग वित्तीय सस्थाएँ, विदेशी बैंक एवं वित्तीय संस्थान शामिल हैं।

(क) मुद्रा और बैंकिंग – एक प्रसिद्ध अर्थशास्त्री ने कहा है कि 'मुद्रा' वह है जो मुद्रा का कार्य करती है। सामान्य स्वीकृति प्राप्त, विधि ग्राह्य एवं स्वतंत्र रूप से प्रचलित कोई भी वस्तु जो विनिमय के माध्यम, मूल्य के सामान्य मापक, ऋण के भुगतान का मापदण्ड तथा अर्थ के संचय के साधन के रूप में कार्य करती

है, मुद्रा कहलाती है। इस प्रकार मुद्रा विनिमय के माध्यम, मूल्य का मापक, विलम्बित भुगतान का मान, मूल्य का संचय, मूल्य हस्तांतरण आदि कार्य करती है। मुद्रा का महत्व प्रत्येक अर्थव्यवस्था मे है। मुद्रा वह धुरी है, जिसके चारों तरफ सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था और अर्थ-विज्ञान चक्कर काटता है। आधुनिक विश्व में उद्योग मुद्रा-रूपी वस्त्र में लिपटा हुआ है। सभी देशो की अपनी-अपनी मुद्राएँ होती हैं और अर्थव्यवस्था की शक्ति के अनुसार मुद्रा के मूल्य का निर्धारण होता है, जो अर्थव्यवस्था जितनी मजबूत होती है उसकी मुद्रा का मूल्य भी उतना ही अधिक होता है। डॉलर और पौण्ड का मूल्य रुपये से कई गुना अधिक है। इन मुद्राओ के बीच विनिमय दर बदलती रहती है। इस प्रकार मुद्रा की प्रत्येक गतिविधि पर आर्थिक पत्रकारिता की नजर टिकी रहती है। आयात और निर्यात का व्यापार करने वालो की मुद्रा विनिमय दरों पर सजग दृष्टि रहती है। इसके अतिरिक्त ऐसे नागरिको को भी विनिमय दरों की दरकार पडती है, जिन्हे विदेशी मुद्राओं को परिवर्तित कराना होता है।

मुद्रा और साख के लेन-देन की प्रक्रिया जब किसी बैंक द्वारा सम्पन्न होती है, तो उसे बैंकिंग कहा जाता है। 'बैंक' वह संस्था है जो द्रव्य अथवा मुद्रा में व्यवसाय करती है। यह एक प्रतिष्ठान है जहाँ धन का जमा, सरक्षण तथा निर्गमन होता है एवं ऋण देने तथा कटौती की व्यवस्था की जाती है और एक स्थान से दूसरे स्थान पर धनराशि भेजने की सुविधाएँ प्रदान की जाती हैं। किसी भी देश की अर्थव्यवस्था मे बैकों का महत्वपूर्ण स्थान होता है। बैक कृषि, उद्योग, वाणिज्य तथा व्यापार को प्रोत्साहन देकर आर्थिक विकास की गति को तीव्र करने में सहायक होते हैं। बैंकों के कार्यों का अध्ययन करना, उनसे आँकड़े प्राप्त करना, उनकी खामियों को उजागर करना और उनके लाभों के बारे में हर समय पाठकों को अवगत कराते रहने मे आर्थिक पत्रकारिता अपनी साहसपूर्ण महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। बैंक की उपयोगिता एक सामान्य नागरिक से लेकर सरकार तक को पडती है। इसलिए इसकी पूरी गतिविधियाँ आर्थिक पत्रकारिता के प्रमुख क्षेत्र के रूप मे उभरकर सामने आती हैं।

(ख) बीमा– बीमा क्षेत्र का विकास बचतों को प्रोत्साहन देने के उद्देश्य के साथ हुआ। बीमा क्षेत्र की कार्यविधि बैंकिग क्षेत्र से कुछ भिन्न है। बैक जमाकर्ताओं के लिए कोई जोखिम नहीं उठाता है, लेकिन बीमा क्षेत्र अपने जमाकर्ताओं के भविष्यि की सुरक्षा, सकट, दुर्घटना आदि का जोखिम उठाकर जमाकर्ताओं को कई प्रकार से लाभ पहुँचाता है। भारत में सबसे पहले भारतीय जीवन बीमा निगम की स्थापना हुई। शुरू में तो यह निगम निजी प्रबन्धकों के हाथ में था लेकिन 1 सितम्बर, 1950 के बीमा निगम अधिनियम के जरिये इसका राष्ट्रीयकरण हो गया। राष्ट्रीयकरण के पश्चात् बीमा व्यवसाय में उल्लेखनीय प्रगति हुई। आज इस निगम की विशाल पूजी का विनियोग देश की अर्थव्यवस्था के विभिन्न क्षेत्रों में किया गया है। बीमा

के क्षेत्र मे जीवन बीमा निगम के अलावा साधारण बीमा निगम की प्रगति भी तेजी से हो रही है। उदारीकरण शुरू होने के बाद से बीमा क्षेत्र को निजी और विदेशियो के लिए भी खोलने पर विचार चल रहा है।

(ग) गैर-बैंकिंग वित्तीय संस्थाएँ– हमारे देश में गैर-बैकिग वित्तीय सस्थाओं का विकास तेजी से हो रहा है। इन संस्थाओं का कार्य बैंकों के कार्यों से भिन्न होता है। इसलिए इन्हें गैर-बैंकिग वित्तीय सस्था कहा जाता है। इन संस्थाओं का विकास निजी क्षेत्र मे ही हुआ है। इस प्रकार की वित्तीय संस्थाएँ छोटी-मोटी बचतों को स्वीकार करती है और बैको से अधिक ब्याज देकर जमाकर्ताओं को अधिक लाभ देने का वादा करती हैं लेकिन इन सस्थाओं में जमा धन की गारण्टी भारतीय रिजर्व बैंक और सरकार नहीं देती है। इनकी विश्वसनीयता कम्पनी के प्रवर्तकों की साख पर निर्भर करती है। इन वित्तीय संस्थाओं के बारे में जितनी जानकारी आर्थिक पत्रकारिता के माध्यम से लोगों को प्राप्त हुई उतनी किसी अन्य माध्यम से नही। इनकी अच्छाई एवं बुराई के बारे में हमेशा पाठकों को अवगत कराने का कार्य किया है आर्थिक पत्रकारिता ने।

(घ) वित्तीय संस्थान– बैंक, बीमा, गैर-बैंकिंग संस्थाओं के अलावा वित्त के क्षेत्र में वित्तीय संस्थाओं की अपनी अलग पहचान है। इस प्रकार की वित्तीय सस्थाएँ बचत को एकत्र कर उद्योग के विकास में लगाती हैं। हमारे देश में निजी और सार्वजनिक दोनों क्षेत्रों में वित्तीय सस्थाएँ कार्यरत हैं। सार्वजनिक क्षेत्र की आई.डी.बी.आई. भारतीय औद्योगिक वित्त निगम और भारतीय यूनिट ट्रस्ट वित्तीय संस्थाएँ देश के विकास में अहम् भूमिका निभा रही हैं। निजी क्षेत्र मे भी कई वित्तीय सस्थाएँ कार्य कर रही हैं। हमारे देश में अर्द्ध-सरकारी वित्तीय संस्थाएँ भी कार्यरत है।

(च) विदेशी बैंक– आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे केवल देशी बैंक ही नहीं बल्कि विदेशी बैंक भी आते हैं। भारत में अब विदेशी बैंकों का आगमन तेजी से हो रहा है। सिटी बैंक, बैंक ऑफ अमेरिका और ए एन जेड ग्रिण्डलेज बैक ने तो पहले से ही अपनी शाखाएँ खोल रखी हैं। बैंक ऑफ जापान, बैंक ऑफ सिंगापुर जैसे कई विदेशी बैंक भारत में अपनी शाखाएँ खोलने के लिए प्रयासरत हैं। देश में उदारीकरण की नीति शुरू होने के पश्चात् ही विदेशी बैंकों का आगमन शुरू हुआ है। विदेशी बैंकों के आने से यह अनुमान लगाया जा रहा है कि उद्योगो के लिए पूँजी की उपलब्धता बढ़ेगी। यह अनुमान कितना सही होगा या गलत इस सम्बन्ध में आँकड़े एकत्र करना और लोगों के विचारों का विश्लेषण करना भी आर्थिक पत्रकारिता का कार्यक्षेत्र है।

5. लोकवित्त

लोकवित्त आर्थिक पत्रकारिता का प्रमुख एवं अहम् क्षेत्र है। देश के बढ़ते हुए आर्थिक कार्य-कलापों और उसके बढ़ते हुए आय-व्यय के साधनों

के उचित प्रबन्धन की आवश्यकता का अनुभव किया गया है। परिणामत: आज लोकवित्त तथा उसकी समस्याओं का वैज्ञानिक आधार पर अध्ययन किया जाने लगा है। लोकवित्त को ही राजस्व कहा जाता है। वर्तमान में लोकवित्त या राजस्व का महत्व बढ़ गया है। राजस्व सार्वजनिक संस्थाओं के वित्त का अध्ययन करता है और इसका सम्बन्ध सार्वजनिक संस्थाओं के आय-व्यय एवं वित्तीय प्रशासन से है। वैसे तो लोकवित्त का क्षेत्र विस्तृत एवं व्यापक है लेकिन इसके अन्तर्गत कर, शुल्क, बजट और पंचवर्षीय योजना का महत्व अधिक है। इन क्षेत्रों पर भी आर्थिक पत्रकारिता की पूरी तरह नजर रहती है।

(क) कर— सार्वजनिक आय के साधनो मे कर का प्रमुख स्थान है। कर केवल आय की प्राप्ति के लिए ही नहीं लगाये जाते, वरन् करारोपण के अन्य उद्देश्य भी होते हैं। इनमें आय एवं धन के वितरण को समान बनाना सबसे प्रमुख है। साथ ही करारोपण का एक प्रमुख उद्देश्य आर्थिक व्यवस्था का नियमन तथा नियत्रण भी होता है। इन विभिन्न उद्देश्यों की पूर्ति के लिए सरकार देश में कर लगाती है। इस प्रकार "कर धन के रूप में दिया गया वह अनिवार्य अशदान है, जो राज्य के निवासियों को सामान्य लाभ पहुँचाने के लिए किये गये व्यय को पूरा करने के लिए लोगों से लिया जाता है।" कर कई प्रकार के होते हैं— प्रत्यक्ष एव अप्रत्यक्ष कर, आनुपातिक, प्रगतिशील, प्रतिगामी तथा अधोगामी करारोपण, विशिष्ट एवं मूल्यानुसार कर, एक तथा बहुकर प्रणाली, व्यक्तिगत कर तथा वस्तु कर, दोहरा कर, अस्थायी एवं स्थायी कर, संपत्ति और वस्तु कर आदि।

(ग) शुल्क— कर की तरह शुल्क भी एक अनिवार्य भुगतान होता है। यह उन लोगो एव सस्थाओं द्वारा प्रदान किया जाता है जो बदले मे सरकार से निश्चित सेवा प्राप्त करते हैं। यह सेवा लागत से अधिक नहीं होती है। इसमें सीमा शुल्क, उत्पाद शुल्क आदि शामिल है।

(ग) बजट— बजट सरकार की आय एवं व्यय का एक वार्षिक विवरण होता है। बजट नीति में सरकार की आय, व्यय तथा ऋण सम्बन्धी नीतियों को सम्मिलित किया जाता है। हमारे देश मे बजट का क्रियान्वयन वित्तीय वर्ष एक अप्रैल से शुरू होता है और 31 मार्च को समाप्त होता है। बजट का उद्देश्य भावी विकास, आय-व्यय का अनुमान लगाना और नियोजन होता है। सरकार प्रत्येक वर्ष बजट पेश करती है और वित्तीय वर्ष के अन्त में उसकी समीक्षा करती है। बजट के दो भाग होते हैं— आयगत बजट एवं पूँजीगत बजट। स्वतंत्रता के पश्चात हमारे देश में कई बजट पेश किये जा चुके हैं। बजट आर्थिक पत्रकारिता का प्रमुख कार्य क्षेत्र है। आर्थिक पत्रकारिता के माध्यम से ही पता चल पाता है कि बजट कितना कारगर और कितना दोषपूर्ण है।

(घ) पंचवर्षीय योजना— भारत एक विकासशील देश है। अतः यहाँ आर्थिक नियोजन की आवश्यकता होती है, जिसमें कि साधनों का उचित विदोहन हो सके, राष्ट्रीय आय बढ़ा सकें और प्रति व्यक्ति आय में वृद्धि हो, रोजगार सेवाओं का विस्तार किया जा सके, देश को आत्मनिर्भर बनाया जा सके, सम्पत्ति एवं साधनों में समान वितरण किया जा सके तथा प्रति व्यक्ति आय में वृद्धि कर रहन-सहन के स्तर को ऊपर उठाया जा सके। भारत में आर्थिक नियोजन एक अप्रैल, 1951 से प्रारम्भ किया गया है, जिसमें पाँच-पाँच वर्ष की योजनाएँ बनाकर आर्थिक विकास किया जाता है और आठवीं पंचवर्षीय योजना 31 मार्च, 1997 को समाप्त हो गयी। साथ ही एक अप्रैल 1997 से देश की नौवीं पंचवर्षीय योजना शुरू हुई है। पंचवर्षीय योजना के साथ-साथ बीच-बीच में कई एक वर्षीय योजनाएँ भी क्रियान्वित हुई हैं। पंचवर्षीय योजना तैयार करने के लिए 15 मार्च 1950 को योजना आयोग की स्थापना की गयी जो आज तक अपनी भूमिका निभा रहा है।

६. बाजार

आर्थिक पत्रकारिता के लिए बाजार एक विस्तृत कार्यक्षेत्र है, जिसमें मुद्रा बाजार, विनिमय बाजार, पूँजी बाजार, कालमनी मार्केट, जिन्स बाजार, खाद्य और अखाद्य बाजार और धातु आदि बाजार शामिल हैं। इनका संक्षिप्त विवरण इस प्रकार है—

(क) मुद्रा बाजार— मुद्रा बाजार अल्पकालीन मौद्रिक परिसम्पत्तियों के क्रय-विक्रय का केन्द्र है। यह उधार लेने वालों की अल्पकालीन ऋण सम्बन्धी आवश्यकताओं की पूर्ति करता है तथा उधार देने वालों को पर्याप्त मात्रा में तरलता प्रदान करता है। यह वह स्थान है जहाँ पर वित्तीय संस्थाओं तथा व्यक्तियों की विनियोग योग्य अतिरिक्त पूँजी के लिए ऋण लेने वाले जिनमें संस्थाएँ एवं व्यक्ति तथा स्वयं सरकार सम्मिलित होती है, प्रतियोगिता करती है। किसी भी अर्थव्यवस्था में उद्योग एवं वाणिज्य के सफल संचालन के क्षेत्र में मुद्रा बाजार का महत्वपूर्ण स्थान होता है। इस बाजार के दो अंग होते हैं—विक्रेता अथवा ऋण दाता, क्रेता अथवा ऋण लेने वाला।

(ख) पूँजी बाजार अथवा शेयर बाजार— जिस बाजार में धन अथवा साख का दीर्घकालीन लेन-देन होता है, उसे पूँजी बाजार अथवा शेयर बाजार कहा जाता है। इस बाजार से कम्पनियाँ दीर्घकालीन पूँजी एकत्र करती हैं। पूंजी जुटाने के लिए कम्पनियाँ एवं संस्थाएँ सार्वजनिक एवं राइट निर्गम जारी करती हैं और कम्पनियों के शेयरों की खरीद-बिक्री शेयर बाजार में होती है। आर्थिक पत्रकारिता के लिए शेयर बाजार का महत्व बढ़ता जा रहा है तथा यह एक महत्वपूर्ण क्षेत्र के रूप में उभरकर सामने आया है। भारत में वर्तमान में 23 शेयर बाजार कार्यरत है। इन शेयर बाजारों को नियंत्रित एवं नियमित करने के लिए भारतीय प्रतिभूति

एव विनिमय बोर्ड (सेबी) की स्थापना की गयी है। शेयर बाजार के बारे में दैनिक जानकारी आर्थिक पत्रकारिता के माध्यम से लोगों को मिलती है। भारत मे शेयर बाजार के विकास से ही आर्थिक पत्रकारिता भी काफी विकसित हुई है।

(ग) कालमनी मार्केट– यह संघटित मुद्रा बाजार का एक प्रधान अंग है। मांग पर देय ऋणों का लेन-देन मुख्यत. बैंकों के बीच होता है और इस प्रकार के ऋण मांग पर देय होते हैं। इनकी अवधि बहुत ही कम होती है जिससे इन पर ब्याज दर एक प्रतिशत से लेकर तीन प्रतिशत तक होती है। बैक अपनी चालू या अस्थायी आवश्यकताओ की पूर्ति के लिए ये ऋण लेते हैं। अन्य बैंकों की तुलना में विदेशी विनिमय बैंक इस प्रकार के अधिक ऋण लेते हैं; क्योकि वे अपने पास अधिक नगद कोष नहीं रखते हैं।

(घ) विनिमय बाजार– भारत में आर्थिक विकास के साथ-साथ विनिमय बाजार का भी विकास हुआ है। विनिमय बाजार में विभिन्न देशों की मुद्राओं का विनिमय के आधार पर मूल्य निर्धारण होता है और उसी मूल्य पर विदेशी मुद्राओं की खरीद-फरोख्त होती है। प्रतिदिन मुद्राओं के मूल्य में घट-बढ़ होता रहता है। विनिमय बाजार मे अमेरिकी डॉलर और ब्रिटिश पौण्ड का वर्चस्व देखा जाता है। कौन मुद्रा कितनी मजबूत है यह विनिमय बाजार से ज्ञात हो जाता है। इस बाजार से विदेशी मुद्राएँ आसानी से प्राप्त हो जाती हैं।

(च) सर्राफा बाजार– सर्राफा बाजार भी आर्थिक पत्रकारिता का प्रमुख क्षेत्र है। देश के प्रमुख सर्राफा बाजारों के बारे मे रिपोर्ट आर्थिक पत्रकारिता के जरिए प्राप्त हो जाती है। इस बाजार में सोने-चाँदी का कारोबार होता है। यहाँ सोने-चाँदी के भाव प्रतिदिन बदलते रहते हैं। सर्राफा बाजार की दिशा से देश की अर्थव्यवस्था की गतिविधियों की जानकारी हो जाती है।

(छ) जिन्स बाजार– आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र के रूप में जिन्स बाजार प्राचीन काल से ही महत्वपूर्ण रहा है। जिन्स बाजार में गेहूँ, चावल, दाल, तेल-तिलहन, मोटे अनाज, चना, मटर, मूंग, मसूर आदि का कारोबार होता है। इनके थोक एवं फुटकर भाव प्रतिदिन निर्धारित होते हैं। इस बाजार में मांग और आपूर्ति की अवधारणा काफी कारगर होती है। इस बाजार में दिसावरी, लिवाली, बिकवाली, फाटका, वायदा, चालानी आदि शब्दो का उपयोग किया जाता है। देश में कुछ जिन्स बाजार काफी प्रसिद्ध हैं जैसे– हापुड़ बाजार।

(ज) खाद्य-बाजार– खाद्य बाजार का आशय खाद्य पदार्थों के क्रय-विक्रय स्थल से है, जिसमें खाने वाली वस्तुओं का कारोबार होता है। इनमें चीनी, गुड़, चाय, काफी, फास्ट फूड, बिस्कुट, ब्रेड आदि शामिल हैं। खाद्य बाजार अभी संघटित नहीं है। यह बाजार बिखरी अवस्था में हैं।

(झ) अखाद्य बाजार– अखाद्य बाजार में कपडा, जूता-चप्पल, घरेलू वस्तुओ आदि का कारोबार होता है। यह बाजार भी असंघटित है और इसका कोई निश्चित क्षेत्र नहीं होता है।

(ट) धातु बाजार– धातु बाजार में धातु एव धातु से सम्बन्धित उत्पादो का कारोबार होता है। जिसमे लोहे, पीतल, स्टील एवं अन्य धातुओं के सामानो की खरीद-ब्रिकी होती है। यह बाजार कुछ हद तक संघटित है।

7. कारपोरेट क्षेत्र और व्यापारिक संघटन

आर्थिक पत्रकारिता के प्रमुख क्षेत्र में कारपोरेट और व्यापारिक संघठन का अपना खास महत्व है। आर्थिक पत्रकारिता को समृद्ध बनाने में कारपोरेट क्षेत्र का प्रमुख योगदान रहा है। भारत मे स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् कारपोरेट क्षेत्र का विकास तेजी से हुआ है। पहले कोई भी उद्योग कारपोरेट का स्वरूप नहीं ग्रहण किया था और यह बिखरी स्थिति में थे। लेकिन धीर-धीरे कारपोरेट क्षेत्र का विकास होने लगा और अब कारपोरेट क्षेत्र काफी विकसित हो गया है। कारपोरेट क्षेत्र के विकास मे ही व्यापारिक संघठनों का उदय हुआ। इस प्रकार के संघठन कारपोरेट क्षेत्र के हितों की रक्षा करने के लिए प्रयासरत रहते हैं। व्यापारिक संघठन केवल कारपोरेट क्षेत्र के विकास के लिए ही कार्य नहीं करते है, बल्कि देश की अर्थव्यवस्था के बारे में भी अपने सुझाव सरकार को देते है तथा सही कदम उठाने के लिए सरकार से आग्रह करते हैं। व्यापारिक संघठनो में बड़े-बडे उद्योगपति, कारपोरेट विशेषज्ञ और अर्थशास्त्री भी शामिल रहते हैं। इन संघठनों का सुझाव काफी महत्वपूर्ण होता है। सरकार इनकी बातों को अनसुनी नहीं कर सकती। व्यापारिक संघठनों में फिक्की, फियो, एसौचैम, पी.एच.डी., चेम्बर ऑफ कामर्स काफी महत्वपूर्ण हैं। इनके साथ ही स्थानीय स्तर पर भी व्यापारिक संघटन कार्यरत हैं।

निवेश-संस्कृति के विस्तार के साथ ही कारपोरेट क्षेत्र का दायरा भी बढ़ा है। वस्तुत: औद्योगिक एवं वित्तीय क्षेत्रों में जिस त्वरित गति से कारपोरेट गतिविधियाँ बढ़ी हैं, आगे भी निरन्तर बढती जा रही है, उसने 'कारपोरेट-कल्चर' (निगमित-संस्कृति) को जन्म दिया है। उद्यमिता के क्षेत्र में 'निगमित-दर्शन' और 'निगमित संस्कृति' की अवधाराणाओ ने कारपोरेट क्षेत्र को बहुआयामी स्वरूप प्रदान किया है। कारपोरेट-नियोजन, कारपोरेट-सम्प्रेषण आदि के अतिरिक्त इसके अन्य पहलुओ से महत्वपूर्ण सूचनाएं मिलती रहती है। उदारीकरण के परिणामस्वरूप देश में कार्यरत अनेक बहुराष्ट्रीय कम्पनियों की कारपोरेट गतिविधियां भी आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र के रूप में उभरकर सामने आयी हैं। कारपोरेट गतिविधियां न केवल औद्योगिक एवं वित्तीय क्षेत्र तक ही सीमित हैं बल्कि सेवा-क्षेत्र भी इससे जुड़ गया है। अब तो चिकित्सा तथा तकनीकी एवं व्यवसायपरक शिक्षा जैसे महत्वपूर्ण विषय भी कारपोरेट चरित्र का स्वरूप ग्रहण कर रहें हैं। इससे यह भी स्पष्ट होता है कि आर्थिक पत्रकारिता के लिए कारपोरेट क्षेत्र कितना महत्वपूर्ण है। ●

चतुर्थ अध्याय

आर्थिक समाचारों की भाषा, प्रस्तुति और समीक्षा लेखन

- आर्थिक समाचारों की भाषा
- अनुवाद पर निर्भरता
- आर्थिक समाचार लेखन-प्रक्रिया
- समीक्षा लेखन, समीक्षा विषय-वस्तु
- आँकड़ों का महत्व
- रेखाचित्रों की उपयोगिता एवं सीमाएँ

आर्थिक समाचारों की भाषा, प्रस्तुति और समीक्षा लेखन

आर्थिक समाचारों की भाषा

भाषा सम्प्रेषण का एक सशक्त और अति प्राचीन माध्यम है। समाचारों की सम्प्रेषणीयता भाषा के स्वरूप पर ही निर्भर करती है। किसी भी विचार, तथ्य, विषय-वस्तु को पाठकों के लिए शत-प्रतिशत ग्राह्य बनाने के लिए आवश्यक है कि भाषा सरल, सुबोध और रोचक हो तभी उसकी पूरी सम्प्रेषणीयता सम्भव है। भाषा में जीवन्तता लाने के लिए जरूरी है कि वह रोचक हो। जहाँ तक आर्थिक समाचारों की भाषा का प्रश्न है, उसके लिए भी मोटे तौर पर वही बातें लागू होती हैं जो सामान्य समाचारो की भाषा के लिए लागू होती हैं। अन्तर सिर्फ शैली और शब्दावली को लेकर होता है। आमतौर पर यह कहा जाता है कि आर्थिक समाचारों की भाषा क्लिष्ट, उबाऊ, बोझिल या अत्यन्त सतही होती है। वस्तुतः यह इस बात पर निर्भर करता है कि समाचार लिखने वाले सम्बन्धित आर्थिक पत्रकार का भाषा ज्ञान और पत्रकारिता का कौशल उसमें कितना है। साथ ही विषय को समझने की क्षमता भी उसमें कितनी है? यदि किसी पत्रकार की विषय के प्रति समझ या ज्ञान अधकचरी है अथवा उस विषय के बारे में उसका सम्प्रत्यय स्पष्ट नहीं है तो वह जो कुछ भी लिखेगा वह भ्रामक और क्लिष्ट होगा ही। आर्थिक समाचार लेखन में 'भ्रम' या 'तथ्यहीन' बातों के लिए कोई स्थान नहीं होना चाहिए; क्योंकि वह काफी जोखिमभरा और अहितकर होता है। विषय का ज्ञान स्पष्ट होने के साथ ही यह आवश्यक है कि आर्थिक पत्रकार में भाषागत कौशल भी हो तभी वह विषय-वस्तु को सही और प्रभावशाली ढंग से रखने में सक्षम हो सकेगा। दुर्भाग्यवश हिन्दी की आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में इधर ऐसे पत्रकारों की संख्या कुछ ज्यादे ही बढ़ गयी है, जिन्हें न तो विषय का समुचित ज्ञान है और न ही उनमें भाषागत कौशल है। आर्थिक पत्रकारिता के उन्नयन के लिए इस घातक स्थिति से उबरने की आवश्यकता है।

पत्रकारिता की भाषा में समाचार को 'कथा' या 'स्टोरी' कहते हैं। आर्थिक समाचार को उतना ही प्रवाहमय होना चाहिए जितनी प्रवाहमय कोई कथा होती है। कथा-कथन की कला की तरह ही समाचार-कथन की भी कला होती है। सम्पूर्ण समाचार को अधिक समझदारी और दिलचस्प ढंग से लिखा जाना चाहिए कि उसके पाठक उस समाचार मे दिलचस्पी लें। कई समाचार तो पढ़े ही नहीं जाते क्योंकि

उनका लेखन नीरस और अरुचिकर होता है। आर्थिक समाचारों को लिखते समय इस पर विशेष रूप से ध्यान देना चाहिए कि समाचार बोझिल और अरुचिकर न हो। आर्थिक समाचारों को लिखते समय उसकी उपयोगिता का ध्यान रखना भी आवश्यक है। आर्थिक समाचारों को पढ़कर ही व्यवसायी अपने व्यवसाय की भावी योजनाएँ बनाते हैं। इसके अतिरिक्त आम उपभोक्ता या निवेशक भी वस्तुओ की खरीदारी या निवेश के सम्बन्ध में कोई निर्णय कर पाता है। अत. इन समाचारो के साथ दिये गये तथ्यों, सूचनाओं और संख्याओं में रंचमात्र भी त्रुटि नहीं होनी चाहिए। इनमें वे सभी आवश्यक बातें होनी चाहिए जो व्यावसायियों, उद्यमियों तथा परिकल्पकों के व्यवहार में सहायक हों। प्रत्येक बाजार का अपना स्वरूप होता है। उसी के आधार पर उसके कारोबार की रूपरेखा निर्धारित होती है। प्रत्येक बाजार के वर्तमान स्टाक, माल की पूर्ति, मांग तथा उसके भविष्य सम्बन्धी विवरण पूर्णरूपेण तथ्यों पर ही आधारित होने चाहिए। सामान्य समाचारों की भाँति आर्थिक समाचारो की भाषा भी ऐसी ही होनी चाहिए जिससे कि वह पूरी तरह से विषय-वस्तु को सम्प्रेषित करते हुए सुग्राह्य हो।

बाजार समाचारों को उपयोगी, रोचक तथा पठनीय बनाने के लिए सम्बन्धित पक्षों को समझने के योग्य भाषा-शैली का प्रयोग आवश्यक है। चाहे विभिन्न बाजारों के भावों के दैनिक सूचना-समाचार हों, चाहे बाजारों की सम सामयिक स्थिति पर अपनी राय व्यक्त करनी हो, सभी स्थिति में भाषा-शैली पाठक वर्ग के अनुकूल ही होनी चाहिए। यदि 'बिकवाल' और 'लिवाल' के स्थान पर 'विक्रेता' और 'क्रेता लिखा जाय तो बाजार समाचार में वह भाव नहीं व्यक्त होता है, जो होना चाहिए। प्रत्येक बाजार और प्रत्येक प्रदेश या क्षेत्र की परम्परा के अनुरूप ही उसमें भाषा का प्रयोग किया जाता है। बाजार संवाददाताओं से यह अपेक्षा की जाती है कि वह अपना संवाद सम्बन्धित बाजार में बोले और समझे जाने वाले शब्दों और मुहावरो में ही लिखे। जहाँ पर 'वायदा बाजार' को 'फाटका' या 'सट्टा' कहा जाता है वहाँ उसी शब्द का प्रयोग करना चाहिए। यदि 'हाजिर बाजार' का शुद्ध हिन्दी रूप खोजा जाय या 'थोक', 'परचून', 'फुटकर' के समानार्थक शब्द खोजने में समय लगाया जाय, तो वह सर्वथा व्यावहारिक नहीं होगा।

बाजार समाचारों की भाषा-शैली पर विचार करते समय बाजार संवाददाताओ को इस पर ध्यान देने की आवश्यकता है कि जिस जन माध्यम के लिए बाजार समाचार लिखा जा रहा है उसकी स्थिति क्या है? पाठक या श्रोता वर्ग की दृष्टि से जन माध्यम का प्रभाव या प्रसार क्षेत्र और स्थानीय बाजार का किन-किन दिसावरी व्यापारिक केन्द्रों के व्यापारी किस प्रकार की सूचनाएँ या समाचार चाहते हैं, उपर्युक्त बिन्दुओं पर विचार करने से अपेक्षित भाषा और शैली के साथ ही पाठक-श्रोताओ की आवश्यकताओं के अनुरूप समाचारों के चयन तथा सम्पादन में भी सुविधा

हो सकती है। वस्तुतः भाषा केवल सकल्पना निर्माण का साधन और भाषा के सम्प्रेषण का औजार ही नहीं है, वह स्वयं में तथ्य और सन्देश भी है।

अनुवाद पर निर्भरता

यह एक अजीब बिडम्बना है कि सम्पूर्ण हिन्दी पत्रकारिता अंग्रेजी की बैसाखी पर टिकी हुई है। आर्थिक समाचारों में तो अंग्रेजी पर निर्भरता अपेक्षाकृत कुछ अधिक ही है। कारपोरेट संस्कृति के प्रसार और अर्थव्यवस्था के वैश्वीकरण के चलते आर्थिक समाचारों के लेखन में अंग्रेजी पर निर्भरता निरन्तर बढ़ती जा रही है। वर्तमान में आर्थिक पत्रकारिता को अपेक्षाकृत अधिक महत्व दिया जा रहा है। प्रत्येक समाचारपत्रों में दो-तीन पृष्ठों की सामग्री आर्थिक समाचारों की ही रहती है। हिन्दी के समाचारपत्रों को इन आर्थिक समाचारो को प्रस्तुत करने के लिए पूरी तरह अनुवाद पर निर्भर रहना पडता है। 'यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया' ने आर्थिक समाचारों के लिए एक पृथक 'यूनीफिन' समाचार सेवा आरम्भ की है। यह टेलीप्रिण्टर समाचार सेवा भी अंग्रेजी में ही है। कम्पनियों की ओर से जो विज्ञप्तियाँ आदि जारी की जाती हैं वह भी अंग्रेजी में ही होती है। ऐसी स्थिति में आर्थिक पत्रकारों का अनुवाद पर निर्भर रहना उनकी व्यावसायिक विवशता है। सामान्य तौर पर यह भी देखने में आता है कि उद्योग-व्यापार और वित्त क्षेत्र से जुडे महत्वपूर्ण मंत्री, अधिकारी यदि हिन्दी या क्षेत्रीय भाषा में किसी समारोह आदि में भाषण देते हैं तो उसका पहले अंग्रेजी में अनुवाद कर प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया, यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया या 'यूनीफिन' सवाद समितियों से प्रेषित किये जाते हैं। इसके पश्चात् हिन्दी या अन्य क्षेत्रीय भाषाओ में अनुवाद कर समाचारों को प्रकाशित किया जाता है। ऐसी स्थिति में समाचारों के दो-दो बार अनुवाद किये जाने से उसके मूलस्वरूप में परिवर्तन की सम्भावनाओं से भी इनकार नहीं किया जा सकता है। कभी-कभी तो ऐसे समाचारों में अर्थ का अनर्थ भी हो जाता है। आर्थिक समाचारों में ऐसे 'अनर्थ' का प्रकाशन काफी अहितकारी साबित होता है। अनुवाद की विवशता ने आज पत्रकारिता की भाषा को सर्वाधिक प्रभावित किया है। अधिकांश हिन्दी पत्र अभी भी अंग्रेजी संवाद समितियों पर ही आश्रित हैं। इस प्रकार इन समितियों से जो समाचार प्राप्त होते हैं, उनका अनुवाद आवश्यक होता है, किन्तु अनूदित समाचारों पर अग्रेजी का प्रभाव पड़े बिना नहीं रहता है।

प्रायः यह देखने में आता है कि हिन्दी सहित सभी भारतीय भाषाओ के समाचारपत्रों में कार्यरत उप-सम्पादकों का अधिकांश समय समाचारों का सम्पादन करने के बजाय उनका अनुवाद करने मे ही व्यतीत होता है। यहाँ उप-सम्पादक का व्यक्तित्व और कार्य गौण हो जाता है और उसका 'अनुवादक' व्यक्तित्व ही प्रमुख हो जाता है। निश्चय ही इस अनुवाद की प्रक्रिया में न केवल हिन्दी पत्रकारों (अंग्रेजी पत्रकार के मुकाबले) को दोहरी मेहनत पडती है (जिसके लिए उसे अंग्रेजी

पत्रकार से कही कम पारिश्रमिक मिलता है)—बल्कि उसकी मौलिक प्रतिभा भी दिनोंदिन क्षय होती जाती है और इन सबसे बडा नुकसान यह है कि हमारी सम्पन्न, समृद्ध जीवन्त हिन्दी भाषा के मौलिक सौन्दर्य की निर्मम हत्या हो रही है। इसके चलते अनेक सुयोग्य उपसम्पादक मात्र 'अनुवादक' बनकर रह गये हैं। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे कार्यरत उपसम्पादको को अनुवाद करते समय अपेक्षाकृत अधिक परेशानियों का सामना करना पड़ता है। विषय वस्तु का ज्ञान, तकनीकी शब्दों की समझ के साथ अनुवाद और सम्पादन दोनों का कौशल होना उनके लिए नितान्त आवश्यक है।

अनुवाद की अपनी समस्याएँ अलग हैं। इन समस्याओं से आर्थिक समाचारों का लेखन प्रभावित हुए बिना नहीं रहता है। प्रत्येक अनुवाद मे हेर-फेर भी अनिवार्य है। मूल और अनुवाद के बीच की खाई में सामग्री का बहुत कुछ गुम हो जाता है। जितना अधिक अन्तर दो भाषाओं और उनकी सस्कृतियों में होगा उतना ही अधिक अनुवाद दुरूह और भ्रामक हो सकता है। अनुवाद में अर्थ का स्थानान्तरण करना वैसे ही है जैसे सोने को शीशा बनाना। मूल के प्रति शब्द और अर्थ की दृष्टि से ईमानदारी करना बहुत कठिन है। यह कठिनाई आर्थिक समाचारों के लेखन में और भी अधिक होती है। इसके अतिरिक्त वर्तनी सम्बन्धी अराजकताएँ भी देखने को मिलती हैं। इसका एक मुख्य कारण यह भी है कि भारत सरकार ने वर्तनी विषयक जो नियम बनाये हैं, उनका सम्यक् अनुपालन नहीं किया जाता है। यह पत्रकारों और समाचारपत्रो का दायित्व है कि जिन शब्दों की वर्तनी परम्परा से निर्धारित है उसे उसी रूप में लिखा जाय और जिनके सम्बन्ध में विवाद है, उन्हें उच्चारण के आधार पर लिखकर इस समस्या का निराकरण किया जाय। आर्थिक समाचारों के लेखन मे तकनीकी और पारिभाषिक शब्दावलियों का प्रयोग सावधानीपूर्वक होना चाहिए। भारत सरकार ने ऐसे अनेक तकनीकी और पारिभाषिक शब्दकोश तैयार किये हैं। एकरूपता के लिए यह जरूरी है कि हिन्दी के सभी समाचारपत्र आर्थिक समाचारों के लेखन में इन तकनीकी और पारिभाषिक शब्दकोश मे दिये गये शब्दों का प्रयोग करें। यह भी देखने को मिलता है कि इन कोश में ऐसे अनेक शब्द दिये गये हैं जो काफी दुरूह और जटिल हैं। ऐसे जटिल शब्दो से ग्राहको, पाठकों में इसकी ग्राह्यता का प्रश्न उठ खड़ा होता है। यहाँ यह भी जरूरी है कि यदि ऐसे जटिल शब्दो का प्रयोग किया जाय तो उसके साथ ही कोष्ठक में उसके मूल अंग्रेजी शब्द भी दे दिये जाँय जिससे कि पाठकों को समझने में आसानी हो। नये शब्दों के सृजन का दायित्व पत्रकारों और समाचारपत्रों पर भी है। समाचारपत्र 'आज' ने हिन्दी में ऐसे अनेक शब्द दिये हैं जो आज हिन्दी पत्रकारिता के क्षेत्र में काफी प्रचलित हैं। 'मुद्रास्फीति' 'आज' द्वारा दिया गया एक ऐसा ही शब्द है जिसका प्रचलन तेजी से चल पड़ा है। अंग्रेजी में नये-नये शब्द अकसर गढ़े जाते हैं आर्थिक के क्षेत्र में इक्नोक्रेट और 'टेक्नोक्रेट' जैसे शब्दों का भी

प्रयोग हो रहा है। प्रस्तुत पुस्तक के लेखक ने 'आज' में आर्थिक पत्रकारिता की सेवा के दौरान 'इक्नोक्रेट' के लिए 'अर्थशाह' शब्द का सृजन किया है। वस्तुत: अंग्रेजी के 'ब्यूरोक्रेट' के लिए प्रचलित 'नौकरशाह' शब्द की तर्ज पर ही इस नये शब्दो को गढ़ा गया है। अंग्रेजी में जिस प्रकार दो शब्दों को जोड़कर नये-नये शब्दो का सृजन किया जाता है उस प्रकार का शब्द-सृजन हिन्दी मे उतनी तेज गति से नहीं हो रहा है। इस दिशा में रचनात्मक प्रयास की आवश्यकता है जिससे कि आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में शब्द-भण्डार और विकसित तथा समृद्ध हो सके।

आर्थिक समाचार लेखन-प्रक्रिया

आर्थिक समाचार लेखन विशेषीकृत संवाद-लेखन का एक महत्वपूर्ण अग है। वस्तुत: अब सार्वजनिक कार्यकलाप इतने बढ गये हैं और उनमे इतनी विविधता आ गयी है कि एक सवाददाता या सामान्य सवाददाताओं के एक दल के लिए सभी ओर ध्यान देना सम्भव नहीं है। इन्हीं कारणों से धीरे-धीरे विशेषीकृत संवाद-लेखन का विकास हुआ है। आर्थिक पत्रकारिता के बढ़ते महत्व को देखते हुए व्यापार-वाणिज्य सम्बन्धी समाचारों के लिए विशेष संवाददाताओं की माग इधर काफी बढ़ गयी है। राष्ट्रीय समाचारपत्रों मे वाणिज्य के लिए एक पूरा पृष्ठ या उससे भी अधिक स्थान दिया जा रहा है। इन संवाददाताओ द्वारा वित्त तथा वाणिज्य से सम्बन्धित प्रत्येक प्रकार की जानकारी दी जाती है। इन विशेषज्ञों द्वारा आर्थिक तथा वित्तीय प्रवृत्तियों का मनोरंजक विश्लेषण दिया जाता है। ऐसे विशेष संवाददाता को उद्योग, व्यापार, बैंकिंग, मुद्राबाजार और अन्य सम्बद्ध विषयों पर सामग्री तैयार करनी पडती है।

आर्थिक समाचारों की लेखन-प्रक्रिया सामान्य तौर पर आम समाचारों जैसी ही है। आर्थिक समाचारों के पत्रकारों को अपनी लेखन-प्रक्रिया प्रारम्भ करने से पूर्व जिन महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर ध्यान देने की आवश्यकता है, उनमें सर्वप्रथम इस पर विचार किया जाना चाहिए कि हमें क्या लिखना है और किस प्रकार के पाठकों के लिए लिखना है। इसके बाद ही लेखन परियोजना को व्यवस्थित करना चाहिए। तत्सम्बन्धी विषय-वस्तु के मूल तत्त्वों को समझने की जरूरत है। इसके बाद तकनीकी शुद्धता की बात आती है और इसके लिए विषय-सामग्री की समीक्षा की जानी चाहिए। तदनन्तर भाषा और शैली का प्रयोग इस प्रकार होना चाहिए जिससे कि तकनीकी शुद्धता के साथ विषय-वस्तु पाठकों के लिए सुबोध और ग्राह्य बन सके।

समाचार-लेखन की कुछ अपनी प्रचलित मान्यताएँ और शैली होती है। आर्थिक समाचारों की लेखन-प्रक्रिया उससे पृथक नहीं है। आर्थिक समाचारों की विषय-वस्तु मे विविधता होती है। कारपोरेट, शेयर बाजार, जिंस बाजार, सर्राफा बाजार, धातु, रसायन आदि जितने भी बाजार है, वे सभी आर्थिक समाचारों के स्रोत तो हैं ही इसके अतिरिक्त उद्योग, वित्त और वाणिज्य के सम्बन्धित अधिकारियो तथा मंत्रियो आदि के भाषण तथा उनके द्वारा की गयी घोषणाएँ भी प्रमुख आर्थिक समाचारो

का रूप ग्रहण करती हैं। अब तो अर्थव्यवस्था के वैश्वीकरण से दुनिया के तमाम देशों की आर्थिक और व्यापारिक, आयात और निर्यात से सम्बन्धित गतिविधियाँ आर्थिक समाचारों की महत्वपूर्ण श्रेणी में आ गयी हैं। प्रेस कान्फ्रेन्स तथा विशेष भेटवार्ताएं भी आर्थिक समाचारों के अंग बन गये हैं।

यह एक सर्वमान्य तथ्य है कि किसी भी समाचार का सर्वाधिक आकर्षक रूप या प्रभावशाली भाव उसके शीर्षक में निहित होता है। शीर्षक के पश्चात् पाठक की दृष्टि उसके ठीक नीचे अर्थात् प्रथम अनुच्छेद पर पडती है और वह भी प्रभावशाली न हो तो पाठक की आगे समाचार पढने की इच्छा नहीं होती। प्राय: समाचारो के शीर्षक भी प्रथम अनुच्छेद में वर्णित तथ्यो तथा घटनाओं को लेकर लिखे जाते है। इसका अभिप्राय यह हुआ कि जो कुछ शीर्षक में है उसका भाव शीर्षक के नीचे के प्रथम अनुच्छेद मे अवश्य होना चाहिए। इसी प्रकार अनुच्छेद का भाव भी शीर्षक में होना चाहिये। एक मान्यता यह भी है कि समाचार-लेखन से पूर्व उसका शीर्षक मानस पटल पर उभरकर सामने आ जाता है। ऐसी स्थिति में कुशल पत्रकार समाचार का प्रथम अनुच्छेद काफी रोचक और आकर्षक ढंग से लिखने मे सफल होता है। चाहे कितना अच्छा समाचार हो, यदि वह अच्छे ढंग से नहीं लिखा हुआ है और उसका प्रारम्भ आकर्षक और स्पष्ट नहीं है तो ऐसे समाचारों को पाठक पढ़ना पसन्द नहीं करते। आर्थिक समाचारों में अधिक पठनीयता के लिए आवश्यक है कि उसे रोचक तथा प्रभावशाली ढग से लिखा जाय।

आर्थिक समाचारों का आमुख

प्रत्येक समाचार का प्राण-तत्व उसका आमुख (इण्ट्रो) होता है। चूँकि आर्थिक समाचारों का सीधा सम्बन्ध लाभ-हानि या उद्योग-व्यापार को प्रभावित करने वाले कारकों से होता है इसलिए आमुख लिखते समय बहुत ही सावधानी बरतने की आवश्यकता होती है। आर्थिक समाचारों के आमुख में किसी प्रकार की कोई भ्राति या गलत सूचनाओं को तनिक स्थान नहीं मिलना चाहिए; क्योंकि इसका अनर्थकारी प्रतिकूल प्रभाव व्यापारिक गतिविधियों पर तत्काल दिखायी देने लगता है। इस तरह की सावधानी शेयर बाजारों, सर्राफा या जिन्सों के बाजार भाव से सम्बन्धित समाचारो के आमुख में विशेष रूप से बरतने की आवश्यकता होती है। वैसे भी यदि किसी कम्पनी का कोई अधिकारी अथवा उद्योग-व्यापार और वित्त से सम्बन्धित मंत्री या अधिकारी से समाचार या सूचनाएँ मिलती हैं तो भी उसके आमुख में पूरी स्पष्टता और तथ्यपरकता होनी चाहिए। यद्यपि आमुख लिखने की शैली पृथक्-पृथक् होती है परन्तु एक सामान्य नियम यह है कि प्रारम्भिक अनुच्छेद में ही पूरा समाचार-साराश आ जाये। एडविन एल. शूमैन ने पत्रकारिता जगत में आमुख लिखने के सिद्धान्तों का प्रतिपादन किया। शूमैन के पश्चात् प्राय: सभी पत्रकारों ने किसी न किसी रूप मे इस बात को सिद्धान्त रूप में स्वीकार कर लिया कि प्रत्येक समाचार के आमुख

मे क्या, कहाँ, कब, किसने, क्यों और कैसे के छः प्रश्नों का उत्तर अवश्य निहित होना चाहिए। इसे 'फाइव डब्लू प्लस वन एच' सिद्धान्त कहा गया है। हिन्दी मे इसे छः ककार सिद्धान्त कहते हैं। समाचार-लेखन में छः ककार सिद्धान्त का कडाई से अनुसरण करना कोई अनिवार्य नही है। छोटे समाचारों में तो यह पूरी तरह सम्भव नहीं प्रतीत होता है। आर्थिक समाचारों के आमुख में प्रायः अंको का प्रयोग होता है। इसलिए अंकों को लिखते समय पूरी सावधानी बरतनी चाहिए। अंकों को लिखने में होने वाली मामूली असावधानी भी पाठकों के लिए कभी-कभी काफी अनर्थकारी हो सकती है।

'सण्डे टाइम्स' के पूर्व सम्पादक हैरल्ड इवेंस की मान्यता है कि यदि इण्ट्रो को पढ़ने में सावधानी की जरूरत पडे तो उसे 'असफल' इण्ट्रो कहा जाना चाहिए। सफल 'इण्ट्रो' वह है जो कम से कम शब्दों मे समाचार का परिचय दे दे और जिसे सरसरी तौर पर पढने पर भी समझने में कठिनाई नहीं हो। इसलिए 'इण्ट्रो' लेखन में यह जरूरी है कि वह समाचार के अनुकूल हो। उसमें समाचार की सबसे महत्वपूर्ण या सर्वाधिक रोचक बात आ जानी चाहिए और उसमे यह भी गुण होना चाहिए कि वह पाठक में शेष समाचार पढ़ने की उत्कण्ठा जागृत करें। 'इण्ट्रो' यथासंभव संक्षिप्त हो। संक्षिप्त 'इण्ट्रो' पढ़ने मे तो आसान होते ही हैं, उनमे सम्प्रेषण-शक्ति भी अधिक होती है। वह प्रायः ज्यादे स्पष्ट भी होते हैं।

सामान्य समाचारों के लिए यद्यपि पन्द्रह से अधिक प्रकार के आमुखो का उल्लेख मिलता है परन्तु आर्थिक समाचारों के विशेष-सवाद लेखन मे इनकी उपयोगिता सभव नहीं है। इसके लिए तथ्यात्मक आमुख अधिक व्यावहारिक और उपयोगी है, जिनमे सीधे-सीधे प्रमुख तथ्यों का वर्णन प्रस्तुत किया जा सकता है। वैसे भी आर्थिक समाचारों में भावनात्मक बातें अर्थहीन होती हैं। पाठक तथ्यपरक जानकारी ही चाहता है। इसलिए भावात्मक आमुख की इसमें कोई उपयोगिता नहीं रह जाती है।

आर्थिक समाचारों की शेष रचना

आर्थिक समाचारों का आमुख लिखने के बाद उसकी शेष रचना के लिए सबसे सरल, सहज और उपयोगी तरीका विलोम स्तूप (पिरामिड) की तरह समाचार पाठ की रचना करना है। स्तूप का आधार जो सबसे अधिक चौड़ा होता है, उसी पर सारा वजन ठहरता है। समाचार लिखने में सबसे महत्वपूर्ण अथवा सर्वाधिक जानकारी वाली बात ऊपर से आरम्भ की जानी चाहिए और जैसे-जैसे महत्व कम होता जाता है वैसे ही तथ्यो को नीचे की ओर ले जाना चाहिए। अर्थात् समाचार का अंतिम अनुच्छेद सबसे कम महत्व का होता है और प्रथम अनुच्छेद सबसे अधिक महत्व का। विलोमी स्तूप के तरीके से समाचार लिखने से न केवल पाठको को आसानी होती है बल्कि पत्रकारिता की दृष्टि से भी यह बहुत व्यावहारिक तरीका है। आर्थिक समाचारों के लेखन में तथ्यों को सरल ढंग से सम्प्रेषित करने के लिए

उनमें सरलता, सुस्पष्टता, तारतम्यता, क्या, कहाँ, कब, किसने, कैसे और कौन का उत्तर देने के साथ ही आवश्यक पृष्ठभूमि का भी समावेश अति आवश्यक है। आर्थिक समाचारों में प्रयुक्त होने वाले तकनीकी शब्दों का प्रयोग इस प्रकार से होना चाहिए कि उसका अर्थ सही ढग से सम्प्रेषित हो सके। अंग्रेजी के तकनीकी शब्दों का हिन्दी में प्रयोग करते समय उसके साथ कोष्ठ मे अंग्रेजी शब्द को देवनागरी मे लिख देना ज्यादा उपयोगी होगा। इससे वास्तविक अर्थ के समझाने में आसानी होगी।

आर्थिक समाचारों के शीर्षक

समाचारपत्रों मे सामान्य समाचारों के अतिरिक्त विशेषीकृत समाचार भी होते है। इसी श्रेणी में आर्थिक समाचार भी आते हैं। वस्तुतः आर्थिक समाचारो मे अनेक प्रकार की विविधताएँ होती हैं। कारपोरेट समाचार, शेयर, सर्राफा, खाद्यान्न, तेल. तिलहन, रसायन, धातु जैसी अनेक वस्तुओं के बाजार भी अलग-अलग होते है और उसी के अनुरूप सम्बन्धित समाचारों के चरित्र और स्वरूप भी अलग-अलग होते हैं। इसके अतिरिक्त उद्योग, वित्त, प्रबन्धन, आयात-निर्यात, कर आदि भी आर्थिक समाचारों के विस्तृत दायरे में ही आते हैं। आर्थिक समाचारों में उसकी विविधता के आधार पर ही उसके शीर्षक का स्वरूप भी निर्धारित होता है किन्तु शीर्षक के मूल उद्देश्य और चरित्र प्रायः वही रहते हैं जो सामान्य समाचारों के होते है। शीर्षक-लेखन वस्तुतः एक कला है और यह उप-सम्पादक के कौशल पर निर्भर करता है कि वह शीर्षक को कितना आकर्षक और बोधगम्य बना पाता है।

सामान्य रूप से शीर्षक देने में शब्दों के चयन, टाइप, स्थान, डैक, स्ट्रैप-लाइन, उद्धरण चिह्न तथा डैश, प्रश्नचिह्न के प्रयोग के साथ ही शीर्षक की भाषा पर भी ध्यान देना आवश्यक होता है। क्योंकि किसी भी समाचार के प्रति पाठकों का ध्यान आकृष्ट करने और पूरे समाचार को पढने के लिए प्रेरित करने का कार्य शीर्षक ही करते हैं। शीर्षक ही यह बताते हैं कि पूरे समाचार मे क्या कहा गया है। आर्थिक समाचारों में चूँकि सन्देह और किसी प्रकार के भ्रम का कोई स्थान नहीं रहता है इसलिए इन समाचारों के शीर्षक भी पूरी तरह से स्पष्ट और भ्रम तथा सन्देह रहित होने चाहिए। आर्थिक समाचारो के शीर्षक में आवश्यकतानुसार तकनीकी शब्दों का भी प्रयोग होता है। यह शब्द ऐसे होते है जो बाजार की भाषा में प्रचलित होते है और इनके अर्थ पाठक आसानी से समझ भी लेता है।

बाजार में प्रचलित शब्दावली का प्रयोग इनके शीर्षको में करने से उसमें जीवन्तता तथा प्रभावशीलता बढ जाती है। उदाहरणार्थ शेयर बाजार के समाचारों में प्रयुक्त शीर्षकों की बानगी देखिए– 'मुनाफा वसूली के प्रमुख शेयरों में गिरावट', 'तेजड़ियों की लिवाली से शेयर उछले' 'शार्ट सेलिंग से शेयर लुढ़के' 'मन्दड़ियों

की काटन से शेयर लड़खड़ाये।' इसी प्रकार सर्राफा बाजार के समाचारों के नमूनों को देखें– 'लिवाली बढने से सोना उछला', 'माग बढ़ने से चांदी की चांदी रही', 'दोनो कीमती धातुएँ नरम।' किराना, तिलहन के समाचारों के शीर्षक– 'मूँगफली और बिनौले के तेलो मे तेजी, मेवा मे उछाल', 'वायदा मे कमजोरी जारी: तैयार तेल तिलहन नीचे', 'तेजडियो की लिवाली से मिर्चों में सुर्खी जारी', 'समर्थन के अभाव मे भावों में नरमी', 'सप्लाई सुगम होने से चीनी के भाव नरम: तेलो में सुधार।' इन शीर्षको के अतिरिक्त कारपोरेट क्षेत्र के समाचारों, कम्पनी समाचारो और मुद्रा बाजार के समाचारों के शीर्षकों का स्वरूप भी अलग-अलग होता है। आमतौर पर यही धारणा है कि आर्थिक समाचार नीरस और उबाऊ होते हैं परन्तु आर्थिक समाचार पत्रकार के कौशल से समाचार और उनके शीर्षक रोचक, आकर्षक तथा पठनीय बन जाते हैं।

समीक्षा लेखन

आर्थिक पत्रकारिता मे समीक्षा लेखन का महत्वपूर्ण स्थान है। सामान्य समाचारो की प्रस्तुति जितनी सरल है, समीक्षा लेखन उतना ही जटिल कार्य है। समीक्षा लिखने के लिए यह आवश्यक है कि सम्बन्धित आर्थिक पत्रकार में एक कुशल समीक्षक की दृष्टि हो। उसमें पूर्वाग्रह का कोई स्थान नही होना चाहिए। वस्तुनिष्ठ शैली में बेबाक ढग से पूरी बातें समीक्षा में स्पष्ट रूप से कह देनी चाहिए। इसके लिए यह भी आवश्यक है कि जिस बाजार की समीक्षा लिखनी हो उसके सभी घटनाक्रमों, बाजार की स्थिति तथा अतीत और भविष्य के बारे में उस पत्रकार को अच्छा ज्ञान भी होना चाहिए। किसी भी वस्तु की माँग और आपूर्ति की क्या स्थिति है, उस वस्तु के बारे में सरकार की क्या नीतियाँ हैं और आने वाले समय मे उसका बाजार तथा उपभोक्ताओं पर क्या प्रभाव पड़ सकता है, इन सभी बिन्दुओ पर पर्याप्त प्रकाश डालना समीक्षा लेखक के लिए आवश्यक है। अब तो जैसे-जैसे व्यापारिक गतिविधियों का वैश्वीकरण होता जा रहा है वैसे-वैसे पूरे विश्व के व्यापारिक परिदृश्य पर नजर रखना और उसका समीक्षा लेखन में समावेश करना भी जरूरी हो गया है। आर्थिक पत्रकारिता में जितने विषयो का समावेश है उसी के अनुरूप अलग-अलग विषयों के लिए समीक्षा लेखन भी अलग-अलग ढंग से किया जाता है। वस्तु बाजार, मुद्रा बाजार, रसायन बाजार, शेयर बाजार आदि के लिए विषयो के आधार पर समीक्षा के लेखन भी अलग-अलग तरीके से होते हैं। छोटे समाचारपत्रो में जहाँ कम संख्या में पत्रकार होते हैं, वहाँ एक या दो पत्रकार इन सभी विषयो की समीक्षाएँ स्वयं लिखते हैं। इसलिए आर्थिक पत्रकार के लिए यह भी जरूरी है कि वह इन सभी बाजारों के बारे में समुचित ज्ञान रखे। इन बाजारों की बारीकियो से भी उसे बखूबी अवगत होना चाहिए। अवधि के आधार पर समीक्षा लेखन भी कई प्रकार के होते हैं जो इस प्रकार हैं

दैनिक समीक्षा

समीक्षा लेखन के लिए अवधि भी कई प्रकार की होती है। विभिन्न बाजारों की दैनिक गतिविधियों पर बाजार भाव के अतिरिक्त दैनिक समीक्षाएँ भी दी जाती हैं, चाहे वह वस्तु बाजार हो, सर्राफा, पूँजी अथवा मुद्रा बाजार हो। इन बाजारों की दैनिक गतिविधियों पर आधारित समीक्षा प्रतिदिन प्रकाशित होती है। दैनिक समीक्षा लेखन मे विगत दिन के बाजार की स्थिति का भी उल्लेख होना आवश्यक है। तभी हम तुलनात्मक अध्ययन करते हुए यह बात समझा सकेंगे कि कल के मुकाबले आज का बाजार मजबूत है अथवा कमजोर। वस्तुतः इन बाजारों में प्रतिदिन के भावों में अनेक बार उतार-चढ़ाव आता है। खुला भाव, बंद भाव, ऊँचा और नीचा भावों का उल्लेख करते हुए विगत दिन के बंद भाव की भी चर्चा होनी चाहिए। खुला तथा बंद और भावों का अभिप्राय उसके शब्दों से स्वय स्पष्ट होता है। जिस भाव से बाजार खुलता है उसे खुला भाव कहते हैं और जिस भाव से बाजार बंद होता है उसे बंद भाव करते हैं। इसी प्रकार उतार-चढ़ाव के क्रम में अधिकतम मूल्य को 'ऊँचा भाव' और न्यूनतम मूल्य को 'नीचा भाव' कहते हैं।

दैनिक समीक्षा लेखन में इस बात का भी उल्लेख होना चाहिए कि किन-किन कारणों से बाजार मजबूत अथवा कमजोर हुआ। कभी-कभी जब मांग बढ़ जाती है और आपूर्ति कम हो जाती है तो बाजार मे भाव चढ़ जाते हैं। प्रत्येक बाजार मे मंदड़िये और तेजड़िये होते है। इनकी पटान और कटान से बाजार भावो की स्थिति भी बदलती रहती है। समीक्षा लेखन में इनकी गतिविधियों का उल्लेख करने से बाजार की पूरी सही तसवीर प्रस्तुत की जा सकती है। इसके अभाव मे समीक्षा अधूरी ही रहेगी।

साप्ताहिक समीक्षा

अवधि के आधार पर दैनिक समीक्षा के अतिरिक्त साप्ताहिक समीक्षाएँ भी काफी महत्वपूर्ण होती हैं। विभिन्न बाजारों के बारे में साप्ताहिक समीक्षाएँ प्रायः रविवार अथवा सोमवार के अंकों में प्रकाशित की जाती हैं। इन समीक्षाओं में सप्ताह पर्यन्त बाजार की स्थितियों का समीक्षात्मक विवेचन किया जाता है। समीक्षा मे तुलनात्मक विवेचन के लिए पूर्व सप्ताह की स्थिति का उल्लेख भी आवश्यक हो जाता है। तभी यह बताया जा सकता है कि पूर्व सप्ताह के मुकाबले आलोच्य सप्ताह में संबधित बाजार की क्या स्थिति रही। साप्ताहिक समीक्षा में उन सभी कारणो का भी उल्लेख करना आवश्यक हो जाता है, जिनसे बाजारों पर प्रभाव पड़ा। आलोच्य सप्ताह की समीक्षा लिखते समय प्रत्येक दिन की बाजार की स्थिति का भी उल्लेख करना चाहिए। पूरे सप्ताह में किस दिन बाजार सबसे कमजोर रहा अथवा किस दिन मजबूत रहा और अन्ततः पूर्व सप्ताह के मुकाबले आलोच्य सप्ताह में बाजार लाभ मे रहा अथवा घाटे मे इसका उल्लेख साप्ताहिक समीक्षा को पूर्ण बनाता है।

मासिक समीक्षा

आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में यद्यपि मासिक समीक्षा प्रकाशित करने का प्रचलन कम है किन्तु स्तरीय समाचारपत्रों में विभिन्न बाजारों की मासिक समीक्षाएँ महीने के अंतिम सप्ताह में प्रकाशित की जाती हैं। अंग्रेजी में प्रकाशित होने वाले दैनिक आर्थिक समाचारपत्रों और अन्य अंग्रेजी दैनिक समाचारपत्रों में ऐसी मासिक समीक्षाएँ प्राय: प्रकाशित होती रहती हैं। मासिक समीक्षाओं में संबंधित बाजार की पूरे महीने की गतिविधियों पर विहगम दृष्टि डालते हुए समीक्षात्मक रिपोर्ट प्रस्तुत की जाती है। इन समीक्षाओं में पिछले महीने और एक वर्ष पूर्व के उसी महीने की स्थितियों का तुलनात्मक उल्लेख करते हुए यदि रिपोर्ट तैयार की जाय तो वह अधिक प्रभावशाली हो जाती है।

त्रैमासिक समीक्षा

पूरे वर्ष को चार भागों में विभाजित कर विभिन्न बाजारों की स्थितियो की जो रिपोर्ट तैयार की जाती है, उसे त्रैमासिक समीक्षा कहते हैं। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में त्रैमासिक समीक्षा लेखनी की परम्परा अब धीरे-धीरे आगे बढ़ रही है। आयात-निर्यात, मुद्रा बाजार, बैंकिंग, वित्तीय तथा जिन्स बाजारों की प्रत्येक तीन महीनों की गतिविधियों का तुलनात्मक विश्लेषण त्रैमासिक समीक्षा में किया जाता है। इससे पाठको को यह पता चलता है कि अमुक तिमाही में किसी खास बाजार या वित्तीय, आर्थिक क्षेत्रों की क्या स्थिति रही।

छमाही समीक्षा

छमाही समीक्षाएँ आर्थिक एवं व्यापारिक गतिविधियों के लिए काफी महत्वपूर्ण होती हैं। कारपोरेट क्षेत्र में तो इसका कुछ ज्यादे ही महत्व होता है। आर्थिक एवं वित्तीय गतिविधियों से जुड़ी सभी क्षेत्रों की छमाही समीक्षाएँ छ: महीने का पूरा परिदृश्य प्रस्तुत करती हैं। उक्त समीक्षाएँ आर्थिक, व्यापारिक एवं कारपोरेट क्षेत्र की प्रगति या अवनति का दर्पण होती हैं। यदि छमाही रिपोर्ट उत्साहवर्धक है तो उसका प्रभाव भी अच्छा पड़ता है वहीं दूसरी ओर निराशाजनक छमाही रिपोर्ट का प्रतिकूल प्रभाव पडता है। छमाही समीक्षा रिपोर्ट तैयार करते समय उन सभी कारणों का उल्लेख किया जाना आवश्यक है जिसने आलोच्य अवधि के दौरान व्यापारिक गतिविधियों को सकारात्मक या नकारात्मक रूप से प्रभावित किया है। इसके साथ ही पिछली छमाही से भी उसका तुलनात्मक विश्लेषण किया जाना चाहिए।

वार्षिक समीक्षा

वार्षिक समीक्षा पूरे साल की गतिविधियों का दर्पण होती है। ऐसी समीक्षाएँ लिखना विशिष्ट कौशल का कार्य है। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में इन वार्षिक समीक्षाओं का विशेष महत्वपूर्ण स्थान होता है। आर्थिक विषयों में रुचि रखने वाले सामान्य पाठकों के अतिरिक्त उद्योग, व्यापार तथा आर्थिक गतिविधियों से जुड़े

लोगों में ऐसी वार्षिक समीक्षाएँ काफी अभिरुचि के साथ पढी जाती है। आमतौर पर ऐसी समीक्षाएँ वर्ष के अंतिम सप्ताह में प्रकाशित होती हैं किन्तु कभी-कभी नये वर्ष के प्रथम सप्ताह में भी विगत वर्ष की समीक्षाएँ प्रकाशित की जाती है। वर्ष निर्धारण के सम्बन्ध में भी अलग-अलग मान्यताएँ हैं। कुछ लोग जहाँ संवत् वर्ष को मान्यता देते हैं वही दूसरी ओर वित्तीय वर्ष को आधार मानकर भी समीक्षाएँ की जाती हैं परन्तु आमतौर पर जनवरी से दिसम्बर कैलेण्डर वर्ष पर आधारित समीक्षाएँ अधिक प्रचलित हैं। वार्षिक समीक्षाएँ विषय-वार अलग-अलग लिखने की परम्परा है। उद्योगों में भी विभिन्न उद्योगो पर जहाँ अलग-अलग समीक्षाएँ प्रकाशित की जाती हैं वहीं आयात-निर्यात, शेयर बाजार, सर्राफा, वस्तु बाजार, धातु, रसायन, कपास, खाद्य एवं तेल तिलहन बाजारों की वर्ष पर्यन्त की गतिविधियों की समीक्षाएँ अलग-अलग प्रकाशित करना अधिक उपयुक्त माना जाता है। इन समीक्षाओं मे तुलनात्मक पुट देने के लिए विगत वर्ष की सम्बन्धित बाजार की स्थिति से तुलनात्मक विवेचन भी किया जाना चाहिए तभी यह स्पष्ट किया जा सकता है कि वर्तमान वर्ष की व्यापारिक स्थितियाँ धनात्मक विकास की ओर हैं अथवा उसमें गिरावट आयी हैं। इन समीक्षाओं में उन सभी कारणों और सरकारी नीतियों का उल्लेख किया जाना चाहिए जिनसे व्यापारिक-आर्थिक गतिविधियाँ प्रभावित हुई हैं। वार्षिक समीक्षाएँ लिखते समय यदि वर्ष को तिमाही, छमाही आधार पर विभाजित कर उसका विश्लेषण किया जाय तो वह अधिक प्रभावशाली बन जाती है। कुछ समाचारपत्र उद्योग व्यापार पर आधारित वार्षिक सिंहावलोकन भी प्रकाशित करते हैं। यह एक प्रकार से सम्बन्धित उद्योग-व्यापार का वार्षिक लेखा-जोखा ही होता है। ऐसे सिंहावलोकन को भी समीक्षा की श्रेणी में रखा जा सकता है। सीमित साधनों और कम पृष्ठ के समाचारपत्रों में समग्र वार्षिक समीक्षाएँ प्रकाशित की जाती हैं, जिसमें अलग-अलग अनुच्छेदों में उद्योग-व्यापार, विविध वस्तुओं, बाजारों आदि का वार्षिक लेखा-जोखा प्रस्तुत किया जाता है। पाठकों के लिए भी ऐसी समीक्षाएँ सुविधाजनक मानी जाती हैं, जहाँ उन्हें संक्षेप में सभी क्षेत्रों की वार्षिक स्थिति का सरसरी तौर पर ज्ञान हो जाता है। ऐसी समीक्षाओं में यदि चित्र, ग्राफ आदि का उपयोग किया जाय तो वह काफी आकर्षक और प्रभावशाली बन जाती है।

समीक्षा की विषय-वस्तु

आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में अत्यन्त महत्वपूर्ण स्थान रखने वाले समीक्षा स्तम्भ के अन्तर्गत व्यापक सन्दर्भ में वे सभी विषय आते हैं, जो आर्थिक, औद्योगिक, वित्तीय, व्यापारिक आदि क्षेत्रों से जुड़े हैं या इन विषयों को प्रभावित करते हैं किन्तु हम यहाँ उन्हीं विषयों को ही ले रहे हैं, जिनमें आमतौर पर पाठकों के एक बड़े वर्ग की अभिरुचि रहती है या जिनकी पठनीयता अधिक है

मण्डी समीक्षा

दैनिक जीवन के उपयोग में आने वाली प्राकृतिक उपजों, खनिज वस्तुओ तथा उनके द्वारा निर्मित उत्पाद वस्तु बाजार के अन्तर्गत आते हैं। इन वस्तुओ की मण्डियाँ भी अलग-अलग होती हैं। खाद्यान्न मण्डी, तेल-तिलहन मण्डी, सब्जी मण्डी, रसायन बाजार, जूट, कपास, कपडा बाजार, किराना मण्डी, गुड़-चीनी मण्डी आदि की व्यापारिक गतिविधियाँ व्यापक पैमाने पर होती हैं और इन मण्डियों के भावों में होने वाले उतार-चढ़ाव का आम उपभोक्ताओ तथा इनका कारोबार करने वाले व्यापारियों से सीधा सम्बन्ध होता है। प्राय: सभी समाचारपत्रों में इन आवश्यक वस्तुओ का बाजार भाव प्रतिदिन प्रकाशित करने के साथ ही इनकी दैनिक और साप्ताहिक समीक्षाएँ भी नियमित रूप से प्रकाशित की जाती हैं। मासिक, त्रैमासिक, छमाही और वार्षिक समीक्षाएँ प्राय: वही समाचारपत्र प्रकाशित करते हैं जिनके पास स्थान और संसाधन अपेक्षाकृत अधिक होते हैं। मण्डियों के दैनिक भावो का उल्लेख करने से पूर्व उसकी समीक्षाएँ दी जाती हैं। इन समीक्षाओं में उन कारणों का भी उल्लेख रहता है जिनसे बाजार भाव प्रभावित हुए हैं। मण्डियों की दैनिक एवं साप्ताहिक समीक्षा लिखने वाले पत्रकार को इन मण्डियों की तकनीकी जानकारी भी होनी चाहिए।

सर्राफा समीक्षा

वस्तु बाजार के बाद आम पाठकों की अभिरुचि सर्राफा बाजार में होती है। सोना और चाँदी ऐसे बहुमूल्य धातु हैं, जिनके भाव नियमित रूप से प्रतिदिन सभी समाचारपत्रों में प्रकाशित होते हैं। देश के सभी शहरो और कस्बों में सोने चाँदी की दुकाने पर्याप्त संख्या मे होती है। बड़े नगरों के सर्राफा बाजारों के भावों में छोटे शहरों और कस्बों के सर्राफा व्यापारी अपने भावो को निर्धारित करते हैं। इसलिए इनके भावों का विशेष महत्व होता है। प्राय: सभी स्तरीय समाचारपत्र देश के बड़े नगरों दिल्ली, कलकत्ता, बम्बई, चेन्नई, कानपुर, इन्दौर, वाराणसी, जयपुर के सोना चांदी के भावों के साथ ही लंदन और न्यूयार्क के सर्राफा बाजारों के भी भाव प्रकाशित करते हैं। इन भावों के साथ इनकी दैनिक समीक्षा पाठकों के लिए अति उपयोगी होती हैं। भावों में उतार-चढ़ाव के कारणो, मांग और आपूर्ति की स्थिति तथा समय-समय पर जारी होने वाली सरकारी नीतियों के प्रभावों का भी उल्लेख सर्राफा समीक्षा में किया जाता है। सर्राफा बाजार की दैनिक समीक्षा के साथ साप्ताहिक और मासिक समीक्षाएँ भी पाठको के लिए अति उपयोगी होती हैं।

शेयर समीक्षा

इक्विटी संस्कृति के प्रसार के साथ-साथ देश और विदेशों में निवेशकों की संख्या में वृद्धि हुई है। इक्विटी सहभागिता में वृद्धि के परिणामस्वरूप शेयर बाजारों की गतिविधियों में अभिरुचि रखने वाले पाठको की भी संख्या बढ़ी है। वस्तुत: शेयर बाजार को देश की अर्थव्यवस्था का बैरोमीटर माना जाता है औद्योगिक

विकास और उपभोक्ता संस्कृति का प्रसार बुनियादी तौर पर शेयर बाजारो की पृष्ठभूमि पर ही टिका है। पूंजी बाजार की गतिविधियों या इससे सम्बन्धित समाचारों की पठनीयता के साथ दैनिक और साप्ताहिक शेयर समीक्षाओं का विशेष महत्व है। प्रतिदिन शेयर के भावों, जिनमें खुला, ऊँचा, नीचा और बंद भावो को प्रकाशित करने के साथ ही इनके भावों में उतार-चढाव के कारणों की समुचित जानकारी देना आवश्यक है। भारत मे देश का सबसे प्रमुख शेयर बाजार बम्बई स्टॉक एक्सचेंज है। इसके अतिरिक्त देश में 22 शेयर बाजारों के अलावा राष्ट्रीय शेयर बाजार और ओवर दी काउण्टर एक्सचेंज ऑफ इण्डिया (ओ.टी.सी आई.) कार्यरत है। राष्ट्रीय शेयर बाजार और ओ टी.सी.आई का नेटवर्क पूरे देश में निरन्तर फैल रहा है, परन्तु बम्बई स्थित स्टॉक एक्सचेंज और राष्ट्रीय शेयर बाजार से देश के अन्य सभी शेयर बाजार प्रभावित होते हैं। शेयर बाजारों को प्रभावित करने वाले अन्य घटको मे शेयर दलालों के तेजडियों और मदड़ियों के समूहों, देशी वित्तीय संस्थानो, विदेशी संस्थागत निवेशको के अतिरिक्त सरकारी नीतियों और भारतीय प्रतिभूति एवं विनिमय बोर्ड (सेबी) का प्रमुख स्थान है। इन घटकों की गतिविधियों से ही शेयर बाजारो में उतार-चढ़ाव आता है। दैनिक शेयर समीक्षा में इन सभी बातों का उल्लेख होना चाहिए कि शेयर बाजार क्यों गिर रहा है अथवा क्यों चढ रहा है। दैनिक शेयर समीक्षा सभी प्रमुख संवाद-समितियां 'शेयर इण्ट्रो' के नाम से जारी करती हैं। दैनिक शेयर समीक्षा में शेयर सूचकांकों का स्पष्ट उल्लेख होना चाहिए। साथ ही पिछले कारोबारी दिन का क्या सूचकांक था इसका भी उल्लेख आवश्यक है तभी पाठकों को यह ज्ञात हो सकेगा कि बाजार कितना चढ़ा अथवा गिरा। वस्तुत: यही सूचकाक शेयर बाजारों के बैरोमीटर हैं। शेयर बाजारों की गरमी और नरमी का पता इन्हीं सूचकांकों से चलता है। बम्बई शेयर बाजार के संवेदी सूचकांक के अतिरिक्त राष्ट्रीय सूचकांक, बी.एस.ई. 100 एव 200 तथा डालेक्स के सूचकांकों का भी उल्लेख होना चाहिए। इसके साथ ही राष्ट्रीय शेयर बाजार तथा ओवर दी काउण्टर एक्सचेंज (ओ.टी.सी.) ऑफ इण्डिया के कम्पोजिट सूचकांकों का विवरण देने से शेयर बाजारो की स्थिति का समग्र स्वरूप दिखलायी पडता है। शेयर बाजार आमतौर पर सोमवार से शुक्रवार तक खुले रहते हैं। शनिवार के दिन साप्ताहिक शेयर समीक्षाएँ प्रकाशित की जाती हैं जिनमें सप्ताह पर्यन्त की गतिविधियों तथा पूर्व सप्ताह की स्थिति से तुलनात्मक विवेचन करते हुए समीक्षा की जाती हैं। कुशल आर्थिक पत्रकार शेयर बाजारों की मासिक, त्रैमासिक तथा छमाही समीक्षाएँ भी देते है, किन्तु इनका प्रचलन कम है। वार्षिक शेयर समीक्षा का विशेष महत्व होता है, इसलिए इसे सभी समाचारपत्र प्रमुखता के साथ प्रकाशित करते है। इसके अतिरिक्त संवत परिवर्तन, दीपावली के मुहूर्त कारोबार और केन्द्रीय आम बजट पेश होने के पूर्व तथा पश्चात् होने वाले शेयर कारोबार का विशेष महत्व होता है। इन विशेष अवसरों पर भी शेयर समीक्षाएँ प्रकाशित की जाती हैं

मुद्रा बाजार की समीक्षा

मुद्रा बाजार में विश्व की मुद्राओं की खरीद बिक्री का कार्य होता है। सरकार द्वारा नियंत्रित इस बाजार में समय-समय पर जारी होने वाली मौद्रिक नीतियों का पालन किया जाता है। भारत सहित विश्व के सभी देशों में मुद्रा बाजार हैं। बम्बई, कलकत्ता, अहमदाबाद और कानपुर की गणना देश के प्रमुख मुद्रा बाजारों के रूप में की जाती है। लंदन और न्यूयार्क के मुद्रा बाजारों को विश्वस्तर का माना जाता है। अन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा बाजार में होने वाले कारोबार का विश्व के अनेक देशों के मुद्रा बाजारों पर सीधा प्रभाव पडता है। मुद्रा बाजारो मे साप्ताहिक बंदी या अन्य प्रमुख बदियों के अतिरिक्त सभी दिन कारोबार होता है। प्रतिदिन मुद्राओं के भाव गिरते चढ़ते रहते हैं। विदेशी मुद्राओं के कारोबार हाजिर और वायदा दरों पर होते है। इन दोनों के भावों में अन्तर भी रहता है। खरीद और बिक्री के भाव भी अलग-अलग होते हैं। मुद्रा बाजार में करेंसी नोट और ट्रेवलर चेक के अतिरिक्त विभिन्न अवधि वाले ट्रेजरी बिलो, वाणिज्यिक बिल, जमा प्रमाणपत्र, वाणिज्यिक ऋणपत्र तथा दिनांकित सरकारी प्रतिभूतियों के कारोबार होते हैं। इन बाजारों में विदेशी मुद्राओं की बोली भी लगायी जाती हैं। विदेशी मुद्राओं का कारोबार भारतीय स्टेट बैंक सहित राष्ट्रीकृत बैंक की ओवरसीज शाखाओं में भी होते हैं। दरअसल मुद्राओं में उतार-चढ़ाव मांग और आपूर्ति के सिद्धान्त के अतिरिक्त अनेक राजनीतिक और आर्थिक कारणो से भी प्रभावित होते हैं। सभी स्तरीय समाचारपत्रो मे विदेशी मुद्राओं की विनियम दरो को प्रकाशित करने के साथ ही इनकी दैनिक समीक्षा भी प्रकाशित की जाती है जिसमें उन सभी कारणों का उल्लेख किया जाता है जिनसे भावों में उतार-चढ़ाव आते हैं। अब तो अनेक एजेन्सियाँ भी विदेशी मुद्रा नियमन कानून (फेरा) तथा भारतीय रिजर्व बैंक के दिशा-निर्देशों के तहत विदेशी मुद्राओं के कारोबार कर रही है।

मुद्रा बाजार की समीक्षा तथा विनिमय दरों का आज काफी महत्व बढ़ गया है। व्यापारिक गतिविधियों के वैश्वीकारण क परिणामस्वरूप आयात-निर्यात का दायरा बढ़ा है। इन गतिविधियों में शामिल व्यापारियों को प्रतिदिन मुद्रा बाजार की स्थिति पर नजर रखनी पडती है; क्योंकि इसका सीधा सम्बन्ध उनके व्यापारिक कार्यों से होता है। इसके अतिरिक्त पर्यटकों तथा दूसरे देशों में रहने वाले भारतीयों को भी विदेशी मुद्राओं की दरों से बराबर सरोकार बना रहता है। इसलिए आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में विदेशी मुद्राओ की बाजार समीक्षा का महत्वपूर्ण स्थान बन गया है। मुद्रा बाजार की दैनिक समीक्षा के अतिरिक्त साप्ताहिक, मासिक, त्रैमासिक तथा वार्षिक समीक्षाओं को प्रकाशित करने की भी परम्परा चल पडी है। इनकी समीक्षा लिखते समय आलोच्य अवधि की तुलना पूर्ववर्ती समय से भी की जानी चाहिए।

कारपोरेट समीक्षा

निगमित (कारपोरेट) क्षेत्र के प्रसार के साथ ही देश की अर्थव्यवस्था में इनका महत्वपूर्ण स्थान बन गया है। 'कारपोरेट ने विश्व की

को एक नया स्वरूप प्रदान किया है, जिसमें शेयरधारक के रूप में जन-जन की सहभागिता भी बढी है। संयुक्त उद्यमो की स्थापना में देशी और विदेशी कम्पनियो की साझेदारी और इनमे निवेशकों की सहभागिता ने कारपोरेट क्षेत्र का महत्व और बढ़ा दिया है। अब तो प्राय: सभी स्तरीय समाचारपत्रों में कम्पनी परिणामों या कम्पनी समाचारों का प्रकाशन प्रारम्भ हो गया है। इनके माध्यम से आम निवेशक-पाठकों को कम्पनियों की गतिविधियों के बारे में नियमित रूप से जानकारी मिलती रहती है। लेकिन कारपोरेट क्षेत्र की समीक्षाओं के माध्यम से उन सभी परोक्ष या अपरोक्ष कारणो का भी ज्ञान कराया जा सकता है जिनसे कम्पनी की गतिविधिया, उसके कारोबार या लाभ-हानि प्रभावित हुए हैं। कारपोरेट भी वित्तीय अनियमितताओं और आर्थिक भ्रष्टाचार के एक नये क्षेत्र के रूप में उभरकर सामने आये हैं। सरकारी नियमों के उल्लंघन के अतिरिक्त आम निवेशको की गाढ़ी कमाई के बूते पर इन कम्पनियों के शीर्ष पदाधिकारियों द्वारा किये जा रहे ऐश से आम निवेशकों की भावनाओं पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा है। आर्थिक पत्रकारों का यह दायित्व बनता है कि वे कारपोरेट समीक्षाओ में ऐसे विषयो को भी उद्‌घाटित करें जिससे कि कम्पनी से जुड़े निवेशकों को सही स्थिति की जानकारी मिल सके। कारपोरेट क्षेत्र की अनियमितताओ पर अंकुश लगाने तथा इन्हें उद्‌घाटित करने में समाचारपत्रो खासकर आर्थिक पत्रकारों का विशेष योगदान हो सकता है। इसके लिए यह भी जरूरी है कि आर्थिक पत्रकार प्रलोभनों से दूर रहकर आदर्श आचार संहिता का अनुपालन करते हुए कम्पनियों की समीक्षा लिखें। कारपोरेट क्षेत्र की छमाही समीक्षाओं का विशेष महत्व होता है। इससे इनकी लाभ-हानि तथा विकास और गिरावट की तस्वीर प्रस्तुत होती है। अब तो अनेक एजेन्सियाँ समग्र रूप से हजारों कम्पनियों का अध्ययन करके उनकी समीक्षाएँ जारी करती है। इसके साथ ही उद्योग वार कम्पनियों के समूह की भी समीक्षाएँ प्रकाशित की जाती हैं।

इसके अतिरिक्त आर्थिक पत्रकारिता के निरन्तर बढ़ते व्यापक क्षेत्र को देखते हुए समीक्षा लेखन के लिए विषयों का दायरा भी काफी बढ़ गया है। आयात-निर्यात, विदेशी मुद्राकोष, सहित अनेक ऐसे विषय हैं, जिनकी समीक्षाएँ प्रकाशित की जाती हैं।

आँकड़ों का महत्व

आर्थिक पत्रकारिता में तथ्य और आँकडे प्राण-तत्व हैं। इन्हीं तथ्यों और आँकड़ों की बुनियाद पर आर्थिक पत्रकारिता टिकी हुई है। आर्थिक पत्रकारों को मूलत: आँकड़ों पर ही निर्भर रहना पड़ता है। तथ्यों और आँकडों के माध्यम से प्रस्तुत समाचारों की विश्वसनीयता सिद्ध होती है। पाठकों की भी यही अपेक्षा रहती है कि वह जो भी आर्थिक व्यवहार से सम्बन्धित आर्थिक समाचार अथवा लेख आदि पढ़ें, वह तथ्यपरक हो। प्रत्येक आर्थिक व्यवहार से सम्बन्धित व्यक्ति अपने

आर्थिक अनुमानों को भी वास्तविक तथ्यों से अधिक निकट रखना चाहता है। इसके लिए वह आँकड़ों को आधार मानकर उनकी व्याख्या करता है। यदि सटोरियों, बीमा कम्पनियों और बैंको के पास आँकड़े नहीं होते तो उनका काम ही नहीं चल सकता। इसी प्रकार जिस आर्थिक पत्रकार को आँकड़े एकत्र करने और उनका अध्ययन करने में चरम सीमा तक व्यसन नहीं है वह सफल आर्थिक पत्रकार नहीं बन सकता। यदि किसी उद्योगपति को प्रति घण्टा उत्पादन, प्रति व्यक्ति उत्पादन, प्रति मशीन उत्पादन तथा उन पर कच्चे माल के उपयोग, बरबादी, लागत, लाभ आदि का पता लगाना हो तो वह भी अन्ततः आँकड़ों पर ही निर्भर करेगा। वैसे तो आंकड़े स्वयं बोलते हैं किन्तु इन आकड़ों की अर्थवत्ता उसके प्रयोक्ता या अध्येता की आवश्यकता या मनःस्थिति पर निर्भर करती है। जिस प्रकार अंधे व्यक्ति के लिए प्रकाश का कोई अर्थ नहीं है उसी प्रकार आँकड़ों को समझने या उनकी किसी विशेष अर्थ में व्याख्या करने में अक्षम आर्थिक पत्रकार के लिए भी उसका कोई अर्थ नहीं रह जाता है।

सूझबूझ वाले कुशल आर्थिक पत्रकारों का आँकड़ों से बराबर सामना पड़ता है। दरअसल आर्थिक पत्रकारों का आंकड़ों के साथ चोली-दामन का रिश्ता रहता है। उद्योग, वित्त, व्यापार आदि से सम्बन्धित जितनी गतिविधियाँ हैं, वे सभी आँकड़ों पर आधारित होती हैं। केन्द्र और राज्य सरकारों का बजट हो या अन्य सम्बन्धित मंत्रालयों के कामकाज, सभी आँकड़ो पर ही निर्भर हैं। सरकारी-गैर सरकारी आर्थिक संघटनों द्वारा समय-समय पर जारी होने वाली रिपोर्ट, अंकेक्षक की रिपोर्ट, अध्यक्षीय भाषण, कम्पनियों की रिपोर्ट से अच्छे समाचार तैयार किये जा सकते हैं। आँकड़े स्वयं में समाचार होते हैं उसे समझने के लिए सिर्फ पारखी नजर की जरूरत है। तुलनात्मक समीक्षाएँ लिखने के लिए भी इन्हीं आँकड़ों पर निर्भर रहना पड़ता है। इससे स्पष्ट होता है कि आर्थिक पत्रकारिता में आँकड़ों का कितना महत्त्व है। आँकड़ों को एकत्र करना, आँकड़ों का वर्गीकरण करना, उसकी सार्थक प्रस्तुति के लिए सारणी आदि तैयार करना, आँकड़ों में परस्पर सहसम्बन्ध निकालना, आँकड़ों द्वारा निकाले गये निष्कर्षों की रोचक तथा सुबोध भाषा में प्रस्तुत करना और इन्हीं आँकड़ों द्वारा पूर्वानुमानों की पुष्टि करना किसी भी कुशल आर्थिक पत्रकार के आवश्यक कर्तव्य माने जाते हैं।

आँकड़ों का वर्गीकरण

चतुर्दिक आँकड़ों की इतनी बहुलता है कि उसने भवसागर का रूप धारण कर लिया है। ये आँकड़े इतने बिखरे हुए हैं कि उस आधार पर लेखन करना अत्यन्त दुष्कर कार्य है। आँकड़ों के बिखराव से सिर्फ भ्रम की स्थिति ही उत्पन्न होती है। इसलिए एकत्रित तथ्यों को उसकी समानता और भिन्नता या अन्य किसी आधार पर कुछ निश्चित श्रेणियों में व्यवस्थित करना आवश्यक होता है। इसी को वर्गीकरण

कहा जाता है। वर्गीकरण एक ऐसी प्रक्रिया है जो संकलित तथ्यों को संक्षिप्त और स्पष्ट एवं सरलतम बनाने के साथ-साथ उन्हें उनकी समानता और भिन्नताओं के आधार पर कुछ निश्चित वर्गों तथा समूहों में व्यवस्थित करता है। वर्गीकरण का उद्देश्य आँकड़ों को संक्षिप्त तथा बोधगम्य समूहों में विभाजित करने और इकाइयों की समानता तथा असमानता को स्पष्ट करने के साथ ही तुलनात्मक अध्ययन को सुविधाजनक बनाना है। इससे विश्लेषण तथा व्याख्या में सरलता आती है। वर्गीकरण के अनेक आधार भी होते हैं, इनमें गुणात्मक, गणनात्मक, सामयिक तथा भौगोलिक आधार प्रमुख हैं। वस्तुत: आँकड़ों का वर्गीकरण एक वैज्ञानिक प्रक्रिया है। बिना इसके अनुपालन के आर्थिक लेखन को प्रभावशाली और तथ्यपरक नहीं बनाया जा सकता है। आर्थिक पत्रकारों में इसका भी कौशल होना आवश्यक है। तभी वे आँकड़ों पर आधारित बेहतर लेखन कार्य कर सकते हैं।

आँकड़ों का सारणीयन

वर्गीकरण की प्रक्रिया के पश्चात् आँकड़ों को और स्पष्ट तथा बोधगम्य बनाने के लिए तथ्यों का सारणीयन किया जाता है। सारणीयन वर्गीकरण के पश्चात् विश्लेषण कार्य का अगला कदम है। इसके माध्यम से तथ्यों में सरलता और स्पष्टता आती है तथा गणनात्मक तथ्य अधिक व्यवस्थित होकर प्रदर्शन योग्य बन जाते हैं। इसके अन्तर्गत तथ्यों को विभिन्न स्तम्भों तथा पंक्तियों में प्रस्तुत किया जाता है, जिससे तथ्यों को समझना सुविधाजनक तथा सरल हो जाता है। विस्तृत अर्थ में सारणीयन तथ्यों की स्तम्भों और पंक्तियों में व्यवस्थित स्थिति है। यह एक ओर तथ्यों के संकलन और दूसरी ओर तथ्यों के अंतिम विश्लेषण के बीच की एक प्रक्रिया है। दूसरे शब्दों में जब एकत्रित तथ्यों का समुचित वर्गीकरण करके उन वर्गीकृत तथ्यों को एक तालिका के अन्तर्गत कुछ स्तम्भों तथा पंक्तियों में इस प्रकार व्यवस्थित ढंग से सजा दिया जाता है कि तथ्यों की विशेषताएँ तथा तुलनात्मक महत्त्व और भी स्पष्ट हो जाता है, तो इस प्रक्रिया को सारणीयन कहते हैं।

आर्थिक लेखन के सन्दर्भ में सारणीयन का उद्देश्य तथ्यों को सुस्पष्ट तथा बोधगम्य बनाना, उनकी विशिष्टताओं को प्रदर्शित करना, तथ्यों को तुलना के योग्य बनाना और तथ्यों को संक्षिप्त रूप प्रदान करना है। एक उत्तम सारणी के लिए यह आवश्यक है कि वह आकर्षक हो, उसका आकार समुचित हो, तुलना की सुविधा के साथ उसमें स्पष्टता तथा सरलता हो और इसके साथ ही उसमे वैज्ञानिकता का भी समावेश हो। सारणी भी कई प्रकार की होती है। उद्देश्य के आधार पर यह सामान्य उद्देश्यीय सारणी तथा विशिष्ट उद्देश्यीय अथवा संक्षिप्त सारणी होती है। इसी प्रकार आकार के आधार पर भी यह दो प्रकार की होती है– सरल तथा जटिल। जटिल सारणी में द्विगुणीय, त्रिगुणीय और बहुगुणीय सारणी प्रचलित है। जब अनेक कम्पनियों के विभिन्न पहलुओं यथा कारोबार, शुद्ध लाभ, संचलन लाभ, मार्केट शेयर, श्रेणीगत स्थान आदि को दर्शाना होता है तो वहाँ हम बहुगुणीय सारणी का सहारा लेंगे। सारणी बनाते समय अनेक बिन्दुओं पर ध्यान देना आवश्यक होता

है, इनमें सारणी का शीर्षक, स्तम्भों का आकार, अनुशीर्षक, स्तम्भों का क्रम, स्तम्भों का विभाजन, योग आदि का उल्लेख होना जरूरी है। यदि टिप्पणियाँ भी देनी है तो उसके लिए अलग से स्तम्भ होना चाहिए। सारणियाँ दो प्रकार से बनायी जाती हैं। हाथ से बनाये जाने वाली सारणी को 'हस्त सारणीयन' तथा मशीनों की सहायता से बनाये जाने वाले सारणी को 'यांत्रिक सारणीयन' कहते हैं। आर्थिक पत्रकारों के लिए हाथ से बनी सारणी अधिक उपयोगी होती है। यदि सारणी में बहुत से विषयों का समावेश करना है तो मशीनों की सहायता भी ली जा सकती है। आर्थिक पत्रकारिता का वैज्ञानिक पक्ष तथ्यों और आँकड़ो पर निर्भर है। ऐसी स्थिति मे आँकड़ों के वर्गीकरण तथा सारणीयन का आर्थिक पत्रकारिता मे विशेष महत्वपूर्ण स्थान है। आर्थिक पत्रकारों को यदि सामान्य लेखन से हटकर विशिष्ट शोधपरक अथवा तथ्यपरक लेखन करना है तो उसे आँकड़ों के वर्गीकरण तथा सारणीयन का सहारा लेना ही पड़ेगा।

आँकड़ों का चित्रमय प्रदर्शन

आर्थिक पत्रकारिता में समाचारों को अधिक स्पष्ट, उपयोगी तथा प्रभावपूर्ण बनाने के लिए आँकड़ों की चित्रमय प्रस्तुति की जाती है। इससे नीरस आर्थिक विषयों को रोचक और पठनीय बनाने मे काफी सहायता मिलती है। आँकड़ों के चित्रमय प्रदर्शन से पृष्ठ की साज-सज्जा भी निखर जाती है। पठनीयता के साथ-साथ दर्शनीयता के बढ़ते महत्व के साथ समाचारपत्रों में चित्रों की उपयोगिता निरन्तर बढ़ती जा रही है। वैसे भी जिन बातों को एक हजार शब्दों में भी नहीं कहा जा सकता है उसे एक चित्र में व्यक्त किया जा सकता है। इसीलिए आज समाचारपत्रों तथा पत्रिकाओं मे दर्शनीयता के पक्ष को मुखरित करने के लिए अधिक से अधिक चित्रों आदि का उपयोग किया जा रहा है। आर्थिक पत्रकारिता मे तो इसकी उपयोगिता और भी अधिक साबित हुई है। समाचारपत्रों को सामयिक विषयो पर रेखाचित्रों तथा डाइग्रामों की आपूर्ति के लिए अब स्वतंत्र रूप से अनेक एजेन्सियाँ भी कार्य कर रही हैं, वैसे आर्थिक रूप से सम्पन्न समाचारपत्रों में कला विभाग होते हैं, जहाँ आँकड़ों पर आधारित ग्राफ तैयार किये जाते हैं।

वस्तुत: सारणीयन तथ्यों के वैज्ञानिक विश्लेषण और व्याख्या में अत्यंत सहायक सिद्ध होता है फिर भी साधारण पाठकों के लिए सारणी में दिये गये अंक विशेष अर्थ नहीं रखते। इन्हीं अंकों का चित्रमय प्रदर्शन करने पर तथ्यों की वास्तविकताओ को समझने मे देर नहीं लगती। रेखाचित्रों द्वारा तथ्यों का तुलनात्मक महत्त्व जितना स्पष्ट रूप से प्रकट होता है, उतना किसी और साधन द्वारा सम्भव नहीं है। इसलिए आर्थिक पत्रकारों को आँकड़ों के चित्रमय प्रदर्शन की कला से परिचित होना आवश्यक है। जो आर्थिक पत्रकार स्वयं रेखाचित्रों की रचना नहीं कर सकते वे अपने मनोभावों को सक्षम कलाकारों के सामने रखकर उनसे आकर्षक रेखाचित्र बनवा सकते हैं। आर्थिक पत्रकारिता में आँकड़ों के चित्रमय प्रदर्शन का मुख्य उद्देश्य नीरस, जटिल

तथा अरुचिकर तथ्यों या आँकड़ों को आकर्षक, सरल तथा रुचिकर ढंग से प्रस्तुत करना है।

रेखाचित्रों की उपयोगिता एवं सीमाएँ

आर्थिक पत्रकारिता में पाठकों के सन्दर्भ में रेखाचित्रों की उपयोगिता कई कारणों से हैं–

1. इसके उपयोग से आर्थिक लेखन आकर्षक तथा प्रभावपूर्ण बनता है। आजकल विज्ञापनों मे भी इसकी उपयोगिता बढ़ गयी है।
2. रेखाचित्र आँकड़ों को सरल और समझने योग्य बनाता है।
3. पाठकों का समय बचता है। रेखाचित्रों को देखने मात्र से ही तथ्यों के लक्षण तथा अन्तर्निहित गुण स्पष्ट हो जाते हैं और अभिप्राय जानने के लिए अधिक अध्ययन की आवश्यकता नहीं होती। प्रसिद्ध वैज्ञानिक बाउले का मत है कि रेखाचित्र आँख के सहायक और समय बचाने के साधन मात्र हैं।
4. रेखाचित्रों के उपयोग से तुलना करना काफी आसान हो जाता है।
5. एक ही दृष्टि में पूरी स्थिति का आभास रेखाचित्रों द्वारा ही सम्भव है।

इन तमाम उपयोगिताओं के बावजूद आर्थिक लेखन में रेखाचित्रों की अपनी कुछ सीमाएँ भी हैं। ये सीमाएँ इस प्रकार हैं–

1. रेखाचित्रों से विस्तृत विश्लेषण सम्भव नहीं है। रेखाचित्रों को देखकर कुछ मोटी बातो का ही आभास हो सकता है।
2. इससे केवल समरूप आँकड़ों का ही प्रदर्शन सम्भव है।
3. रेखाचित्रों से आँकड़ों का विशुद्ध माप भी संभव नहीं है। सारणीयन में दशमलव के किसी स्थान तक अंकों को प्रदर्शित किया जा सकता है, किन्तु रेखाचित्रों में यह सम्भव नहीं है।
4. रेखाचित्रों में चित्रकार अपनी व्यक्तिगत कल्पनाओं तथा विचारों को साकार रूप देने का भी प्रयास करने लगता है। इसलिए इसमे पूर्वाग्रह की भी संभावनाएँ बनी रहती हैं। इन सीमाओं के बावजूद आर्थिक पत्रकारिता में रेखाचित्रों का महत्वपूर्ण स्थान बना हुआ है और इन रेखाचित्रों का उपयोग भी पर्याप्त रूप से हो रहा है।

रेखाचित्र रचना-प्रक्रिया

वस्तुतः रेखाचित्रों की रचना एक कलात्मक प्रक्रिया है, किन्तु इसकी पृष्ठभूमि वैज्ञानिकता पर आधारित है। तमाम आर्थिक विषयों के आँकड़ों को रेखाचित्रों में अभिव्यक्त करते समय अनेक बिन्दुओं पर ध्यान देना आवश्यक है। इनमें अधिकतम आकर्षण सबसे महत्वपूर्ण बिन्दु है। रेखाचित्र ऐसे होने चाहिए जो आकर्षण के साथ

आँखों को भी अच्छा लगे। इसका आकार संतुलित होना चाहिए। बेढंगे आकार के रेखाचित्र कभी भी पाठकों को आकृष्ट नहीं कर सकते हैं। चित्रों की लम्बाई, चौड़ाई तथा गोलाई आदि में सम्बन्धित आँकड़ों का समानुपातिक विभाजन होना चाहिए। रेखाचित्रों की रचना ऐसी होनी चाहिए जिसमें आँकडो की वास्तविक अभिव्यक्ति हो। इसके लिए जरूरी है कि चित्र तथ्यों पर आधारित हों, उन तथ्यों को वास्तविक रूप में और ईमानदारी के साथ प्रकट करने में चित्रकार सफल हो तथा जिस अर्थ में तथ्यों को चित्र मे प्रदर्शित किया गया है, चित्र को देखने वाले पाठक उन तथ्यों को उसी अर्थ में समझें। इन तीनों का समन्वय यदि नहीं हुआ तो रेखाचित्र अर्थहीन हो जायगा। रेखाचित्रों में ज्यामितीय शुद्धता भी नितान्त आवश्यक है। इसके साथ ही प्रत्येक रेखाचित्र का उपयुक्त शीर्षक भी होना चाहिए। ऐसे शीर्षक न केवल रेखाचित्रो को आकर्षक बनाते हैं, अपितु उनके केन्द्रीय भाव को भी प्रकट करते है। बड़े शीर्षक लगाने से बचना चाहिए। अक्षरों तथा संख्याओं का यथासम्भव कम प्रयोग होना चाहिए। यदि रेखाचित्रों में आँकड़ों की अधिकता रहेगी तो इससे रेखाचित्र की सार्थकता समाप्त हो जायेगी। विभिन्न आँकड़ों का रेखाचित्र में विभाजन स्पष्ट होना चाहिए। प्रत्येक भाग या उपभाग का संक्षिप्त परिचय रेखाचित्र के नीचे देना आवश्यक होता है। रेखाचित्रों की रचना-प्रक्रिया में उपरोक्त सावधानियों पर विशेष ध्यान देना चाहिए।

रेखाचित्रों के प्रकार

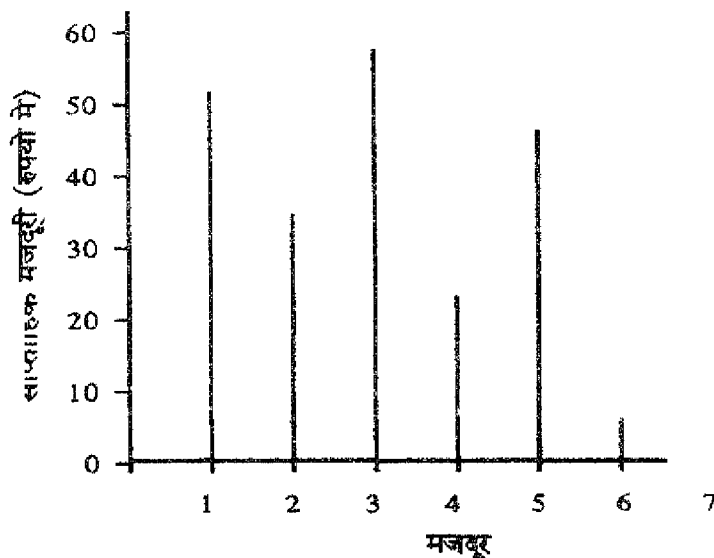
आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में आर्थिक तथ्यों को प्रदर्शित करने के लिए विभिन्न प्रकार के रेखाचित्रों का प्रयोग हो रहा है। किस आर्थिक समाचार में किस प्रकार के रेखाचित्र का उपयोग किया जायगा, यह विषय वस्तु की माँग पर निर्भर करता है। वैसे भी एक ही प्रकार के तथ्यों को अलग-अलग ढंग से अलग-अलग प्रकार के चित्रों द्वारा प्रदर्शित किया जा रहा है। मोटे तौर पर रेखाचित्रों की पाँच श्रेणियाँ या प्रकार प्रचलित हैं।

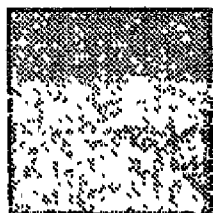
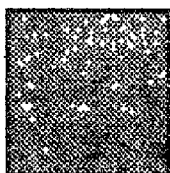
(1) एक आयतन रेखाचित्र— एक आयतन रेखाचित्र, जिसके अन्तर्गत लाइन डाइग्राम, सरल छड़ (बार) रेखाचित्र, बहुगुणी छड तथा युग्मदिशात्मक छड, प्रतिशत छड, विचलन छड़, द्विमुखी छड तथा युग्मदिशात्मक छड़ रेखाचित्र आते है। एक आयतन रेखाचित्र उसे कहा जाता है जिनमे केवल लम्बाई के आधार पर आँकडों के परिणामों को प्रदर्शित किया जाता है। इनमें चौडाई या मोटाई भी हो सकती है, परन्तु उसका उपयोग केवल चित्र को आकर्षक और सुन्दर बनाने के लिए किया जाता है। इनमें तथ्यों को छड़ों (बार) या लाइनों द्वारा दिखाया जाता है। इन छडों या लाइनो को चित्र में बेड़े या पड़े दोनों ही प्रकार से दिखाया जा सकता है। एक आयतनात्मक चित्रो का उपयोग विशेष रूप से वहाँ किया जाता है जहाँ सबसे छोटी और सबसे बड़ी माप में 1 : 10 से अधिक का अन्तर न हो।

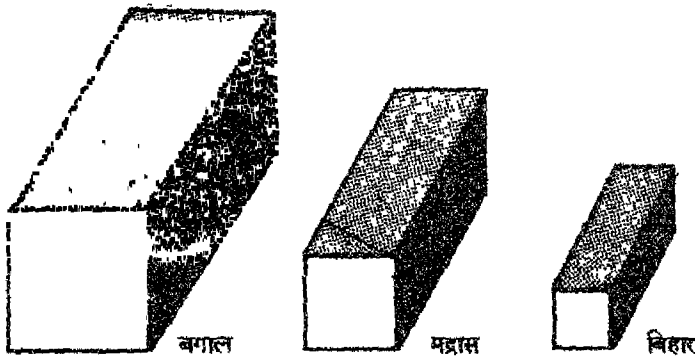
साप्ताहिक मजदूरी (रुपयों में)

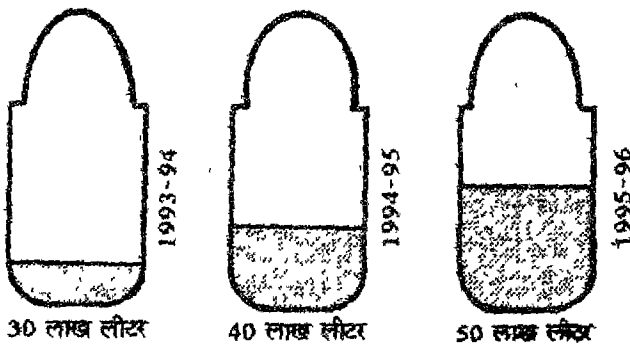
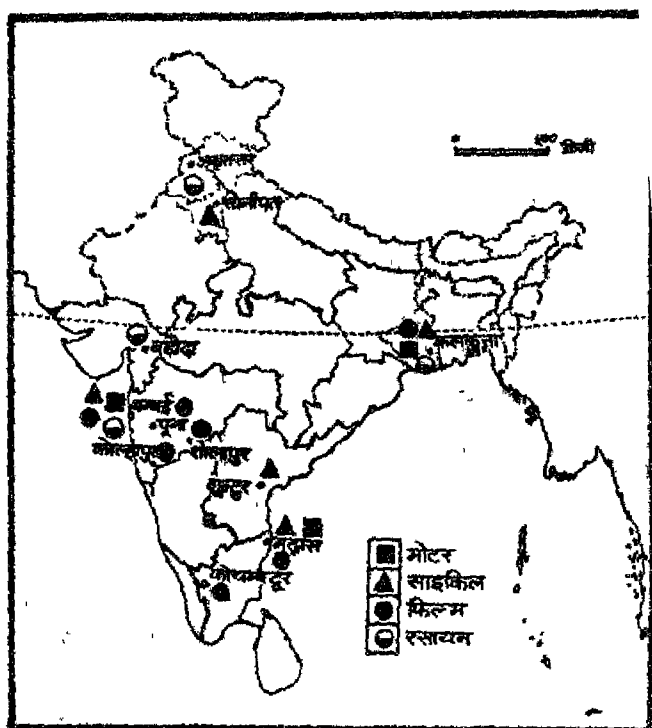
60 50 40 30 20 10 0

1 2 3 4 5 6 7

मजदूर

(2) दो आयतनात्मक रेखाचित्र – दो आयतनात्मक या क्षेत्र-चित्र और चौड़ाई दोनों का ही उपयोग तथ्यों के माप को दर्शाने के लिए कि है। इसलिए इस प्रकार के चित्रों में विभिन्न तथ्यों की तुलना का आध लम्बाई न होकर लम्बाई–चौड़ाई दोनों अर्थात् क्षेत्रफल होता है। इसीलिए इन्हें भी कहा जाता है। इस प्रकार के चित्रों का उपयोग उस अवस्था में : जाता है जबकि चित्र में प्रदर्शित की जाने वाली छोटी और बड़ी संख्या से अधिक का अनुपात हो। इस प्रकार के चित्र तीन तरह के होते हैं– चित्र, आयताकार चित्र और वृत्ताकार चित्र या पाई चित्र। आर्थिक पत्रक अन्तर्गत समाचार या आलेख की माँग के अनुरूप इन चित्रों का उपय जाता है।

विभिन्न स्थानों पर इस्पात का उत्पादन

(3) तीन आयतनात्मक रेखाचित्र-- यदि चित्र में प्रदर्शित की जाने वाली छोटी तथा सबसे बड़ी माप में 1:100 से अधिक अन्तर हो तो क्षेत्र चित्रों नाना कठिन हो जाता है। इस कठिनाई को दूर करने के लिए तीन आयतनात्मक को बनाया जाता है। इन्हें तीन आयतनात्मक इसलिए कहते हैं; क्योंकि इनमें ई, चौड़ाई तथा ऊँचाई तीनों माप की जाती है और इसीलिए तथ्यों का या ड़ों की तुलना क्षेत्रफल के आधार पर न करके आयतन के आधार पर की है। इस प्रकार के चित्र मुख्यत: तीन प्रकार के होते हैं-- घनात्मक चित्र, कार चित्र तथा गोलाकार चित्र।

विभिन्न प्रदेशों में चाय का उत्पादन

(4) चित्रलेख-- चित्रलेख में तथ्यों या आँकड़ों के तुलनात्मक परिणामों चत्रो द्वारा प्रदर्शित किया जाता है। यह प्रदर्शन दो प्रकार से किया जा सकता एक तो चित्र के आधार या लम्बाई के आधार पर और दूसरा चित्रों की संख्या धार पर। इस प्रकार चित्रों द्वारा तथ्यों को प्रदर्शित करने का एक मात्र उद्देश्य क समाचारों या फीचर के प्रस्तुतीकरण को अधिक रोचक तथा आकर्षक बनाना है।

देश के दुग्ध संयंत्रों में प्रतिदिन दूध का औसत उत्पादन

(5) मानचित्र— आर्थिक खोजपरक समाचारों या फीचर में आवश्यक
मानचित्रों का भी उपयोग किया जाता है; क्योंकि विषय की प्रकृति को
के लिए तथा विभिन्न तथ्यों के विवरण को दर्शाने के लिए मानचित्र अत्यन्त
सिद्ध होते हैं। मानचित्रों में आधार मानचित्र, स्थल मानचित्र, आनुपातिक
और चित्रमय मानचित्र बनाये जाते हैं।

आँकड़ों का बिन्दुरेखीय चित्रों द्वारा प्रदर्शन

आर्थिक पत्रकारिता में तथ्यपरक आलेख या रिपोर्ट को आकर्षक औ
ढंग से प्रस्तुत करने में चित्रों की उपयोगिता निःसन्देह बनी हुई है किन्तु इ
के माध्यम से आँकड़ों के प्रस्तुतीकरण में सांख्यिकी शुद्धता की आशा पू
नहीं की जा सकती है। रेखाचित्रों के माध्यम से आँकड़ों के बारे में 'लगभग'
का बोध हो सकता है। इसलिए पूर्ण परिशुद्धता के लक्ष्य की पूर्ति बिन
चित्रों द्वारा तथ्यों के प्रदर्शन पर अधिक बल दिया जाता है। आर्थिक :
में विभिन्न बाजारों यथा शेयर बाजार, सर्राफा बाजार और मण्डियों में विभिन
के भावों में नित्य प्रतिदिन उतार-चढ़ाव होता रहता है। शेयर बाजारों में :
में आने वाले उतार-चढ़ाव का विषय हो या अन्य वस्तुओं के भावों में क
का मामला, इन्हें बिन्दुरेखीय चित्रों के माध्यम से शुद्धता के साथ प्रस्तुत वि
सकता है।

ार थोक मूल्य सूचकांक, मुद्रास्फीति की स्थिति आदि जैसे अत्यन्त ों का पूरी शुद्धता के साथ प्रदर्शन बिन्दु रेखीय चित्रों द्वारा ही सम्भव ीय चित्रों को तैयार करने में अधिक कुशलता की कोई विशेष आवश्यकता सामान्य समझ रखने वाले आर्थिक पत्रकार स्वय ऐसे बिन्दुरेखीय सकते हैं। वैसे अनेक एजेन्सियां ऐसी भी हैं जो आर्थिक विषयों बेन्दुरेखीय चित्र कलात्मक ढंग से बनाकर समाचारपत्रों को नियमित रहती हैं। इस प्रकार के चित्रों द्वारा न केवल सांख्यिकी तथ्यों का सम्भव होता है, अपितु उन तथ्यों में होने वाले परिवर्तन की वास्तविक ते के साथ ही उन तथ्यों का तुलनात्मक महत्त्व भी सुस्पष्ट रूप से जिसके आधार पर आर्थिक विषयों से सम्बन्धित तथ्यों की अधिक या और विवेचन सरल हो जाती है।

राष्ट्रीय संवेदी सूचकांक

चित्रों का महत्त्व

क पत्रकारिता में बिन्दुरेखीय चित्रों का अत्यन्त महत्त्वपूर्ण स्थान है। से तथ्यों के पारस्परिक सम्बन्धों को प्रदर्शित किया जाता है। दो या के पारस्परिक सम्बन्धों को बिन्दुरेखीय चित्रों के माध्यम से जितने र्शाया जा सकता है वैसा अन्य किसी भी प्रकार के चित्रों द्वारा सम्भव ं है। बिन्दुरेखीय चित्रों में एक-एक बिन्दु का महत्त्व होता है। इसलिए चित्रों द्वारा तथ्यों को पूर्ण परिशुद्ध रूप में प्रदर्शित किया जा सकता चित्रों की एक और उल्लेखनीय उपयोगिता यह है कि इनमें प्रदर्शित

तथ्यों का तुलनात्मक अध्ययन अत्यन्त सरल होता है क्योंकि इनमें समय तथा आवृत्ति के अनुसार तथ्यों का तुलनात्मक स्वरूप प्रदर्शित किया जाता है। बिन्दुरेखीय चित्रों के द्वारा परिवर्तन की दिशा और मात्रा का ज्ञान आसानी से प्राप्त किया जा सकता है। बिन्दुरेखीय चित्र कम खर्चीले होते हैं। इन चित्रों को बनाने के लिए साधारण मूल्य के ग्राफ पेपर तथा पेंसिल या कलम की आवश्यकता होती है। इस दृष्टि से भी बिन्दुरेखीय चित्र और उपयोगी तथा महत्वपूर्ण हो जाते हैं। ऐसे समाचारपत्र जिनके वित्तीय संसाधन सीमित हैं वे आर्थिक समाचारों को अधिक आकर्षक तथा रोचक ढंग से प्रस्तुत करने के लिए अत्यन्त ही कम खर्च पर बिन्दुरेखीय चित्रों का उपयोग कर सकते हैं। आर्थिक पत्रकारिता में ऐसे बिन्दुरेखीय चित्रों का उपयोग निरन्तर बढ़ रहा है जो इसके महत्त्व तथा उपयोगिता को प्रदर्शित करता है। आर्थिक समाचारों, फीचर अथवा आलेख की माँग के अनुरूप विभिन्न प्रकार के बिन्दुरेखीय चित्र तैयार कर उसे प्रकाशित किया जा सकता है। इन बिन्दुरेखिय चित्रों के माध्यम से पाठक सरसरी तौर पर तथ्यों से अवगत हो जाता है। इसलिए आर्थिक पत्रकारिता में आँकड़ों के चित्रमय प्रदर्शन में रेखाचित्रों तथा बिन्दुरेखीय चित्रों का महत्वपूर्ण स्थान है। अब तो इलेक्ट्रानिक मीडिया विशेष रूप से टेलीविजन पर दिखाये जाने वाले आर्थिक समाचारों में भी ऐसे रेखाचित्रों का बखूबी उपयोग हो रहा है।

पंचम अध्याय

भारत में आर्थिक पत्रकारिता : समस्याएँ और सम्भावनाएँ

- समस्याएँ
- सम्भावनाएँ

भारत में आर्थिक पत्रकारिता : समस्याएँ और सम्भावनाएँ

यद्यपि भारत में पत्रकारिता की शुरूआत आर्थिक एव व्यापारिक गतिविधियो से सम्बन्धित सूचनाओ, समाचारो तथा विज्ञापनो के प्रकाशन से ही हुई किन्तु कालान्तर मे यह ब्रिटिश हुकूमत के खिलाफ देश की आजादी की लडाई का एक प्रमुख और सशक्त माध्यम बन गयी। परिणामस्वरूप भारत की पत्रकारिता पर राजनीतिक गतिविधियो का वर्चस्व बना रहा और पत्रकारिता की अन्य विधाओ को जितना महत्व मिलना चाहिए था वह नही मिल पाया। यह स्थिति न केवल स्वतत्रता पूर्व पत्रकारिता की थी अपितु स्वतत्र भारत की पत्रकारिता मे भी राजनीतिक घटनाक्रमो तथा राजनेताओ के भाषणो और वक्तव्यो का बोलबाला बना रहा। इसके बावजूद कृषि, विज्ञान, प्रौद्योगिकी, उद्योग तथा सचार के क्षेत्र मे पूरी दुनिया में हुए क्रान्तिकारी परिवर्तनो से भारत भी अछूता नही रहा। विकास के रथ का पहिया इस देश मे भी आगे बढा। हरित क्रान्ति से जहाँ कृषि की पैदावार बढी वहीं दूसरी ओर विज्ञान तथा प्रौद्योगिकी में हुए परिवर्तनों से उद्योग तथा कल-कारखानों का स्वरूप भी बदला और औद्यागिक उत्पादन मे वृद्धि हुई। संचार के क्षेत्र मे हुए अभूतपूर्व परिवर्तनो का जनजीवन के साथ ही उद्योग-व्यापार पर भी काफी सकारात्मक प्रभाव पडा और आज तो पूरी दुनिया की दूरी इतनी सिमट गयी है कि वह मुट्ठी मे समा गयी है। परिवर्तन के इस क्रम में पत्रकारिता का स्वरूप भी बदला और विशेषीकृत पत्रकारिता का महत्व उभर कर सामने आया। यह सत्य है कि आर्थिक, व्यापारिक गतिविधियो से सम्बन्धित समाचार इस देश मे पत्रकारिता के उद्भव काल से ही नियमित रूप से प्रकाशित होते रहे है किन्तु एक विधा के रूप मे आर्थिक पत्रकारिता को मान्यता और महत्व विगत कुछ दशकों से ही देखने को मिला है।

समस्याएँ

दुनिया के दूसरे विकसित और विकासशील देशो के मुकाबले भारत मे आर्थिक पत्रकारिता का अपेक्षित विकास नहीं हो पाया है। इस क्षेत्र मे हम अभी काफी पीछे ही है। दूसरे शब्दो मे भारत मे आर्थिक पत्रकारिता अभी अपने शैशवाकाल मे हैं। इस देश में आर्थिक पत्रकारिता के विकास के मार्ग में अनेक समस्याएँ और बाधाएँ है, जिनके चलते पत्रकारिता की इस महत्वपूर्ण विधा की विकास-यात्रा प्रभावित हुई है। ये समस्याएँ भी विभिन्न प्रकार की है जो विविध स्तरों से जुडी हैं। यहाँ हम मोटे तौर पर संक्षेप में उन समस्याओ की चर्चा करेगे, जो आर्थिक पत्रकारिता के विकास में बाधक बनी हुई हैं ये समस्याएँ हैं

1. भाषा के स्तर पर– आर्थिक पत्रकारिता की वर्तमान स्थिति को यदि भाषा के स्तर पर देखा जाय तो एक बात बिल्कुल स्पष्ट है कि भारतीय भाषाओं की तुलना मे अंग्रेजी के समाचारपत्र काफी आगे है। आर्थिक दैनिक समाचारपत्रो या पत्रिकाओं में सर्वाधिक संख्या अंग्रेजी की ही है। इकोनामिक टाइम्स, फाइनेन्शियल एक्सप्रेस, बिजनेस स्टैण्डर्ड जैसे प्रमुख आर्थिक दैनिक समाचारपत्र अंग्रेजी भाषा मे प्रकाशित होते है, जबकि हिन्दी, गुजराती, मराठी, तमिल, तेलुगु मे प्रकाशित होने वाले आर्थिक समाचारपत्रों की संख्या काफी कम है। इतना ही नही अंग्रेजी मे प्रकाशित होने वाले आर्थिक समाचारपत्रो की प्रसार संख्या भी इतनी अधिक है कि उनके प्रकाशन समूह से निकलने वाले दूसरे समाचारपत्र उससे काफी पीछे रह गये हैं। यह इस तथ्य की ओर सकेत करता है कि भाषा के स्तर पर आर्थिक पत्रकारिता पर अंग्रेजी का वर्चस्व बना हुआ है। उपर्युक्त अंग्रेजी आर्थिक दैनिक समाचारपत्रों की भारी प्रसार संख्या इनके पाठकों की मान्यता और महत्व को स्पष्ट करती है। यह स्थिति समाचारपत्र तथा पत्रिकाओ तक ही सीमित नहीं है, अपितु सवाद एजेन्सियो के सन्दर्भ मे भी अंग्रेजी का वर्चस्व बना हुआ है। आर्थिक समाचारों का स्वतन्त्र रूप से प्रेषण करने वाली देश की एकमात्र संवाद एजेन्सी 'यूनीफिन' भी अंग्रेजी मे ही है। वैसे प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया और उसकी हिन्दी संवाद एजेन्सी 'भाषा' तथा यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया और उसकी हिन्दी सवाद एजेन्सी 'वार्ता' से भी आर्थिक तथा व्यापारिक गतिविधियो से सम्बन्धित समाचार जारी होते है। किन्तु यदि समग्र रूप से देखा जाय तो आर्थिक समाचार अंग्रेजी में अधिक संख्या मे जारी होते है। आर्थिक विषयों से सम्बन्धित आलेख तथा फीचर अभी भी अंग्रेजी मे ही अधिक जारी होते हैं।

हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता के उन्नयन मे सबसे बडी समस्या भाषा की है। ऐसा नही है कि आर्थिक विषयों पर हिन्दी में लेखन हीनता का बोधक है। आज भी भारत मे हिन्दी भाषा-भाषियो की संख्या सर्वाधिक है, परन्तु इसे दुर्भाग्य ही कहा जाएगा कि हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता को अपेक्षित समर्थन या बढ़ावा नही मिल पा रहा है। यदि हिन्दी में आर्थिक लेखन को पर्याप्त समर्थन मिले तो यह निश्चित है कि आर्थिक पत्रकारिता का अधिक विकास होगा और अधिक से अधिक संख्या में हिन्दी के पाठको की आर्थिक विषयो से सम्बन्धित जिज्ञासाएँ शान्त की जा सकती हैं। इसके लिए समाचारपत्र प्रतिष्ठानो के स्वामियो, पत्रकारो, पाठको, कारपोरेट क्षेत्रो और सरकार की ओर से समन्वित प्रयास करने की आवश्यकता है तभी राष्ट्रभाषा हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता को सम्मानपूर्ण स्थान मिल सकता है।

2. विश्वसनीयता का प्रश्न– सामान्य सामाचारो के प्रति विश्वसनीयता का तो पक्ष महत्वपूर्ण होता ही है किन्तु आर्थिक समाचारो के बारे में यह पक्ष और भी ज्यादा महत्वपूर्ण हो जाता है; क्योंकि इससे आम पाठकों का आर्थिक हित अहित जुड़ा होता है आर्थिक के उन्नयन में का

सकट एक बहुत बडी समस्या है। विश्वसनीयता का यह सकट कई स्तरो से जुडा है। इसका एक स्तर भाषा का भी है। आमतौर पर हिन्दी समाचारपत्रो के मुकाबले अग्रेजी के आर्थिक समाचारपत्रो मे प्रकाशित खबरो के प्रति पाठकों का अधिक विश्वास देखने में आता है, किन्तु यह बात भ्रान्तिपूर्ण प्रतीत होती है। आर्थिक पत्रकारिता में भाषा का माध्यम चाहे जो भी हो विश्वसनीयता तो समान रूप से अत्यन्त ही महत्वपूर्ण है। वैसे पाठको की भ्रान्तिपूर्ण धारणा को ध्वस्त करने के लिए हिन्दी के आर्थिक समाचारपत्रो को अपनी विश्वसनीयता को बढाना ही होगा।

कारपोरेट समाचारो के प्रकाशन मे ही विश्वसनीयता का तत्त्व बहुत महत्वपूर्ण है, क्योकि इससे निवेशको का हित जुडा है। पब्लिक इश्यू जारी करने मे ऐसा अक्सर देखने मे आता है कि जब कोई कम्पनी अपना पब्लिक इश्यू जारी करती है तो इसके पूर्व वह अपनी कम्पनी के बारे में ऊँचे-ऊँचे दावे समाचारपत्रों में प्रकाशित करने के लिए तमाम उपक्रम करती है। कम्पनी के पक्ष में ऑकडे गढे जाते है और उसके साथ विज्ञप्तिया आदि समाचारपत्रों को भेजी जाती है। समाचारपत्र के स्वामियो को विज्ञापनो और पत्रकारो को 'उपहार' आदि का लोभ देकर कम्पनियाँ अपने पक्ष मे समाचारों का प्रकाशन कराती है, जिससे कि अधिक से अधिक संख्या मे निवेशक उनके पब्लिक इश्यू में धन लगाये। विज्ञापनों की चकाचौध और दबाव मे प्रकाशित कराये गये समाचारों के मायाजाल में फँसकर निवेशक अपनी गाढी कमाई ऐसे निगमो मे लगा बैठते है। बाद मे जब वास्तविकता की जानकारी मिलती है तो निवेशको को काफी पछतावा होता है। अनेक कम्पनियॉ निवेशकों का धन बँटोरने के बाद जब मैदान छोड़कर भाग जाती है तब निवेशको की हताश मानसिकता का पता आसानी से लगाया जा सकता है। प्रीमियम इश्यू के मामले मे भी ऐसी ही बातें देखने को मिलती हैं। इन सबके मूल मे समाचारपत्रो मे प्रकाशित 'समाचारो' की भूमिका को नकारा नही जा सकता है। ऐसे तथाकथित 'समाचारो' की विश्वसनीयता के समक्ष प्रश्नचिह्न लगना तो स्वाभाविक है ही। सत्य समाचारो के प्रति भी आम निवेशक तथा पाठक सशंकित हो जाते है।

निवेशको के विश्वास को जीतने के लिए प्राय: सभी कम्पनियाँ क्रेडिट रेटिग एजेन्सियो का भी सहारा लेती है। ऐसी एजेन्सीज कम्पनियो के पिछले कारोबार तथा उपलब्धियों का अध्ययन करने के पश्चात् उन्हें रेटिंग प्रदान करती हैं, जिसके बल पर सम्बन्धित कम्पनियाँ निवेशको को यह भरोसा दिलाती है कि उनकी अपनी कम्पनी मे धन लगाना कितना सुरक्षित है। वस्तुत: क्रेडिट रेटिग स्वय मे एक व्यवसाय बन गयी है, जो 'विश्वास जीतने' का व्यापार करती है। मनमाफिक रेटिंग प्राप्त करने के लिए कम्पनियां अनेक हथकण्डे अपनाती हैं और येन-केन-प्रकारेण वे इसमे सफल भी हो जाती है फिर इन्हीं रेटिंग के बल पर निवेशको का विश्वास जीतने और धन बटोरने के उपक्रम मे वे जुट जाती है। अब तो आवश्यकता इस बात की है कि इन रेटिग कम्पनियों की रेटिंग की जाय जिससे कि निवेशकों के विश्वास

के साथ कोई खिलवाड़ करने का साहस न कर सके। विश्वसनीयता के सन्दर्भ मे सबसे महत्वपूर्ण भूमिका और जिम्मेदारी आर्थिक पत्रकारों की बन जाती है। उन्हे समाचारों के प्रकाशन में इस बात का पूरा प्रयास करना चाहिए कि समाचार तथ्यपरक हों और वे वस्तुस्थिति का सही ढग से विश्लेषण करते हुए ही समाचार दें जिससे कि पाठको और निवेशकों का प्रकाशित समाचारों के प्रति विश्वास बना रहे। सबसे महत्वपूर्ण बात प्रकाशित समाचारों की विश्वसनीयता का ही है। इसकी रक्षा का पूरा दायित्व आर्थिक पत्रकारो पर है। उन्हें अपनी सीमाओं को ध्यान में रखते हुए अपने दायित्वों का निर्वहन करना चाहिए।

3. **मौलिक लेखन का अभाव**— अंग्रेजी समाचारपत्रों की तुलना में हिन्दी अखबारो की आर्थिक पत्रकारिता के काफी पीछे रहने का एक प्रमुख कारण उसमे मौलिक लेखन का अभाव भी माना जाता है। उद्योग-व्यापार तथा आर्थिक और वित्तीय गतिविधियों के बारे में अंग्रेजी समाचारपत्र जिस प्रकार से विवेचनात्मक और विश्लेषणात्मक रिपोर्ट तथा लेख प्रकाशित करते हैं उस प्रकार से हिन्दी के समाचारपत्र नहीं प्रकाशित करते हैं। मौलिक लेखन के अभाव के चलते हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता को सम्मानित एवं प्रतिष्ठित करने के लिए मौलिक लेखन को पर्याप्त प्रोत्साहन मिलना चाहिए। वस्तुत: हिन्दी मे मौलिक लेखन नहीं हो पाने के पीछे कई कारण है। पर्याप्त ससाधनों का अभाव इनमे से एक प्रमुख कारण है, अंग्रेजी समाचारपत्रों के पास जितने संसाधन है उतना हिन्दी समाचारपत्रों के पास नहीं है। इसलिए मौलिक लेखन को समुचित महत्व और प्रोत्साहन भी नही मिल पा रहा है। ऐसा नही है कि हिन्दी में मौलिक लेखन का योगदान करने वालों की कोई कमी है परन्तु संसाधनो का अभाव आड़े आता है। इसके लिए आवश्यक है कि समाचारपत्रों के प्रबन्धतंत्रो और पत्रकारों की ओर से समन्वित प्रयास किया जाय, क्योंकि पाठकों का एक बहुत बड़ा वर्ग हिन्दी भाषा-भाषी है। इससे हिन्दी में मौलिक आर्थिक लेखन को मान्यता भी मिलेगी।

4. **अनुवाद पर निर्भरता**— हिन्दी मे आर्थिक पत्रकारिता की एक सबसे प्रमुख समस्या उसकी अनुवाद पर निर्भरता है। वैसे हिन्दी पत्रकारिता तो स्वय अंग्रेजी की बैसाखी पर टिकी हुई है और आर्थिक पत्रकारिता तो पूरी तरह है अंग्रेजी पर निर्भर। इसी के चलते मौलिक लेखन को भी महत्व नहीं मिल पा रहा है। आर्थिक, व्यापारिक तथा उद्योग धन्धों की गतिविधियों से सम्बन्धित जितने भी समाचार आते हैं वे प्राय: अंग्रेजी में ही होते है। कारपोरेट क्षेत्र में तो अंग्रेजी का पूरी तरह से बोलबाला है। आर्थिक समाचारों का प्रेषण करने वाली एजेन्सी 'यूनीफिन' भी अंग्रेजी में ही है। ऐसी स्थिति में हिन्दी के आर्थिक पत्रकारों का अनुवाद पर निर्भर रहना उनकी विवशता है। हिन्दी के आर्थिक पत्रकारों को अंग्रेजी के मुकाबले अधिक परिश्रम करना पड़ता है, किन्तु उनका यह पूरा श्रम अनुवाद मे ही लग जाता है। मौलिक लेखन और चिन्तन का उन्हे समय ही नहीं मिल पाता है हिन्दी में आर्थिक

पत्रकारिता के उन्नयन के लिए यह आवश्यक है कि अंग्रेजी पर उसकी निर्भरता को कम करते हुए मौलिक लेखन को महत्व और प्रोत्साहन दिया जाय।

उद्योग-वाणिज्य विषयक समाचार-लेखन के दौरान इस बात पर भी ध्यान देने की आवश्यकता है कि वह प्रबुद्ध तथा सामान्य पाठकों के लिए भी उपयोगी हो। उसमें 'अनुवाद की बू' नहीं आनी चाहिए। हिन्दी की आर्थिक पत्रकारिता की यह विवशता है कि हमे आर्थिक विषयो की शब्दावली अंग्रेजी के माध्यम से लेनी पड़ती है। अन्तर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय क्षेत्रो में नित नये आर्थिक शब्द तथा मुहावरे जन्म लेते हैं और प्रयोग मे आते हैं। इनके सरल हिन्दी रूपान्तर की समस्या भी आड़े आती है। यह कार्य असम्भव नहीं तो श्रमसाध्य जरूर है।

5. योग्य आर्थिक पत्रकारों की कमी– हिन्दी मे आर्थिक पत्रकारिता को समृद्ध करने के लिए जरूरी है कि इस विधा में योग्य पत्रकार भी हों परन्तु आर्थिक पत्रकारिता का इसे दुर्भाग्य ही कहा जायगा कि इस क्षेत्र मे योग्य पत्रकारों की कमी है। विशेषीकरण के दौर मे हर तरफ विशेषीकृत ज्ञान और सेवाओ का महत्व बहुत बढ़ गया है। बिना विशिष्ट ज्ञान प्राप्त किये विशेषीकृत सेवाएँ नहीं प्रदान की जा सकती है। पत्रकारिता की अन्य विधाओं में काम करने वाले पत्रकारो को जिस प्रकार उस विधा का ज्ञान होता है, उसी प्रकार यह नितान्त आवश्यक है कि आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे काम करने वाले पत्रकारों को भी आर्थिक, व्यापारिक, वित्तीय तथा उद्योग-धन्धों के बारे में अद्यतन ज्ञान हो। विषय का अधकचरा ज्ञान रखने वाले पत्रकार न तो पाठको को समुचित जानकारी दे सकेंगे और न ही आर्थिक पत्रकारिता का ही कुछ भला कर पायेंगे बल्कि उल्टे नुकसान अवश्य पहुँचा देंगे। आर्थिक पत्रकारों को देश और दुनिया की अर्थव्यवस्था और बाजार को प्रभावित करने वाले सभी कारणो की समुचित जानकारी होनी चाहिए। इसके लिए उसे सतर्क दृष्टि रखनी पड़ती है। इस प्रकार की सतर्क दृष्टि आर्थिक विषयो के निरन्तर अध्ययन, मनन और चिन्तन से ही सम्भव है। जिस आर्थिक पत्रकार मे अपने विषय की योग्यता का अभाव होगा वह अपना कार्य सुचारू रूप से नहीं कर सकता। अन्य विधाओ के पत्रकारों के मुकाबले आर्थिक पत्रकारो की जिम्मेदारी कुछ अधिक ही है; क्योंकि उनके लेखन से आर्थिक लाभ-हानि का मामला जुड़ा होता है। ज़रा सी असावधानी बरतने पर अर्थ का अनर्थ होने में देर नहीं लगती है और भारी आर्थिक क्षति होती है ऊपर से। इसके अतिरिक्त समाचारपत्र की विश्वसनीयता और प्रतिष्ठा पर भी प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है। कोई भी आर्थिक संवाददाता सामान्य संवाददाताओ की तरह अपना संवाद लिखते समय असावधानी नहीं कर सकता है। वह इस तथ्य को अच्छी तरह से जानता है कि वह जो कुछ भी लिख रहा है उसका सीधा सम्बन्ध हजारों-लाखों व्यक्तियों की रोजी-रोटी और लाभ-हानि से जुड़ा है। यदि कोई व्यक्ति घर बैठे बिना किसी प्रामाणिक जानकरी के किसी वस्तु या शेयर का भाव गलत ढग से लिख दे तो दूसरे दिन समाचार पढ़ने वाले प्रबुद्ध

समझ जायेंगे कि उस समाचारपत्र मे प्रकाशित होने वाले आर्थिक समाचारों के ऊपर कोई विश्वास नही किया जा सकता।

भारत में आर्थिक पत्रकारिता अभी अपने प्रारम्भिक काल मे है। इसलिए इस विधा के संवर्धन के लिए योग्य और जानकार आर्थिक पत्रकारों की उसे आवश्यकता है। योग्य आर्थिक पत्रकारों की कमी से इसके विकास में बाधा आ सकती है। आर्थिक पत्रकारों की योग्यता और ज्ञान में वृद्धि के लिए आवश्यक है कि उनके लिए समय-समय पर कार्यशालाएँ आयोजित की जाँय। इन कार्यशालाओं के माध्यम से कार्यरत आर्थिक पत्रकारो को आर्थिक, व्यापारिक और वित्तीय क्षेत्रों के बारे में नवीनतम घटनाओं की जानकारी दी जा सकती है। हिन्दी समाचारपत्रों की आर्थिक स्थिति अंग्रेजी समाचारपत्रो के मुकाबले कुछ ज्यादे ही कमजोर है। वित्तीय संसाधनों की अपर्याप्तता के चलते हिन्दी के आर्थिक पत्रकारों को वेतन आदि भी अंग्रेजी में कार्यरत आर्थिक पत्रकारो के मुकाबले काफी कम मिलता है। इसलिए विशेष ज्ञान रखने वाले आर्थिक पत्रकारों की कमी हिन्दी के क्षेत्र में बनी रहती है। फिर भी हिन्दी समाचारपत्रों को अपनी वित्तीय सीमाओं को ध्यान में रखते हुए यथा सम्भव योग्य आर्थिक पत्रकारों को अपने यहाँ रखना चाहिए और इन पत्रकारों को समय-समय पर विभिन्न सस्थाओं द्वारा आयोजित की जाने वाली कार्यशालाओं में उन्हें भेजकर पत्रकारों को अद्यतन जानकारी प्राप्त करने का अवसर भी देना चाहिए। इससे हिन्दी की आर्थिक पत्रकारिता का विकास ही होगा।

6. संसाधनों की कमी – हिन्दी मे आर्थिक पत्रकारिता के विकास में संसाधनों की कमी एक प्रमुख समस्या है। यह सत्य है कि राष्ट्रभाषा हिन्दी के पाठकों की संख्या अंग्रेजी के पाठकों के मुकाबले बहुत अधिक हैं, किन्तु इसके प्रतिकूल संसाधनो के मामले में वह अंग्रेजी समाचारपत्रों के मुकाबले बहुत ही पीछे है। अंग्रेजी समाचारपत्रो को विज्ञापन से होने वाली आय बहुत अधिक होती है। इसलिए वे समृद्ध संसाधनो के चलते अपने समाचारपत्र के विकास और उसमें कार्यरत पत्रकारों पर अधिक धनराशि खर्च करने में सक्षम होते है। परिणामस्वरूप इन अंग्रेजी समाचारपत्रों के आर्थिक पृष्ठ अधिक समृद्ध होते हैं। अंग्रेजी में प्रकाशित होने वाले दैनिक आर्थिक समाचारपत्रों – इकोनामिक टाइम्स, फाइनेंशियल एक्सप्रेस, बिजनेस स्टैण्डर्ड आदि को ऊँची दरों पर इतना अधिक विज्ञापन प्राप्त होता है कि उनके समाचारपत्रों की प्रकाशन लागत काफी कम पड़ती है। उक्त समाचारपत्र प्रतिदिन अधिक पृष्ठों, आकर्षक छपाई और उत्तम कागज पर छपने के बावजूद पाठको को कम मूल्य पर प्राप्त होते है। अंग्रेजी के समाचारपत्र प्राय: अच्छे कागजो पर परिशिष्टों का प्रकाशन भी करते रहते हैं। यह सब कुछ उनके संसाधनों की पर्याप्तता का ही परिणाम है। इसके विपरीत हिन्दी समाचारपत्रो को अनेक वित्तीय संकटों से जूझना पड़ता है। संसाधनों की कमी के चलते हिन्दी समाचारपत्रो का अपनी सीमाओं में ही रहकर सब कुछ करना पड़ता है। परिणामस्वरूप उनके आर्थिक पृष्ठ उतने समृद्ध नहीं बन

पाते है। हिन्दी पत्रो के आर्थिक पत्रकारों को आवश्यक ससाधन भी नहीं मिल पाते हैं, जिससे उन्हें अपना कार्य करने में अनेक परेशानी का सामना करना पडता है। हिन्दी मे आर्थिक पत्रकारिता के विकास के लिए आवश्यक है कि उन्हें जरूरी ससाधन भी प्राप्त हों। अंग्रेजी के अतिरिक्त हिन्दी को छोडकर अन्य भारतीय भाषाओं– गुजराती, मराठी, मलयालम, तमिल आदि भाषाओ की आर्थिक पत्रकारिता अपने ससाधनों के चलते अपेक्षाकृत अधिक समृद्ध है।

7. स्थान की कमी– अन्य भारतीय भाषाओं और अग्रेजी मे प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों की तुलना में हिन्दी के समाचारपत्रों मे आर्थिक समाचारो के लिए स्थान की कमी रहती है। परिणामस्वरूप आर्थिक समाचारों पर आधारित विवेचनात्मक और खोजपरक रिपोर्ट प्रकाशित नही हो पाती है। वस्तुतः आर्थिक पत्रकारिता खोजी पत्रकारिता है और खोजी पत्रकारिता की रिपोर्ट प्रकाशित करने के लिए उसे स्थान भी अधिक चाहिए तभी आर्थिक पत्रकारिता के साथ सही अर्थों में न्याय किया जा सकता है। आमतौर पर अग्रेजी के सामान्य समाचारपत्र जिस प्रकार आर्थिक समाचारों के लिए कम से कम चार पृष्ठ प्रतिदिन देते है उनकी तुलना में बड़े हिन्दी दैनिक समाचारपत्र दो पृष्ठ ही स्थान दे पाते है। इसमें पूरा एक पृष्ठ तो शेयरो के भाव प्रकाशित करने मे लग जाता है। शेष दूसरे पृष्ठ पर मण्डियों, सर्राफा आदि के भावों को छापने के बाद यदि विज्ञापन भी रहा तो सामान्य आर्थिक समाचारों के लिए मात्र दो-ढाई कालम स्थान ही बचते हैं। इस सीमित स्थान में पर्याप्त आर्थिक समाचार नहीं प्रकाशित किये जा सकते हैं। विवेचनात्मक, खोजपरक और मौलिक लेखन पर आधारित रिपोर्ट प्रकाशित करना तो दूर की बात है। वस्तुतः स्थानों का सीमित होना संसाधनों की कमी का ही अग है। इस कमी के चलते हिन्दी की आर्थिक पत्रकारिता का विकास भी प्रभावित हो रहा है।

8. प्रशिक्षण का अभाव – आर्थिक पत्रकारिता के उन्नयन के लिए पत्रकारिता की इस महत्वपूर्ण विधा के बारे में समुचित सैद्धान्तिक एव व्यावहारिक प्रशिक्षण भी दिया जाना चाहिए, जिसका आज अभाव बना हुआ है। पत्रकारिता के शिक्षण प्रशिक्षण के आज अनेक सस्थान खुल गये है। विश्वविद्यालयो मे भी स्नातक और स्नातकोत्तर स्तर के स्वतत्र पाठ्यक्रम शुरू किये गये हैं। भारत मे पत्रकारिता शिक्षण का सबसे बड़ा दुर्भाग्य यह है कि उस क्षेत्र में योग्य लोगों का नितान्त अभाव है। गिने चुने व्यक्तियों को छोड़कर अनेक ऐसे लोग हैं, जिन्हें पत्रकारिता का व्यावहारिक अनुभव भी नहीं है। ऐसे लोगों से किस प्रकार स्तरीय प्रशिक्षण की उम्मीद की जा सकती है। विश्वविद्यालयों के पाठ्यक्रमों में आर्थिक पत्रकारिता को जितना महत्व दिया जाना चाहिए उतना नहीं दिया गया है। आज आवश्यकता इस [illegible] की है कि इन पाठ्यक्रमों में स्वतन्त्र रूप से एक प्रश्नपत्र आर्थिक पत्रकारिता [illegible] ही होना चाहिए। ऐसे पाठ्यक्रमों में सैद्धान्तिक ज्ञान देने के साथ प्रशिक्षणार्थियों को व्यावहारिक ज्ञान भी देना चाहिए तभी वे समाचारपत्र प्रतिष्ठानों या मीडिया के अन्य [illegible]त्रों म

समझ जायेंगे कि उस समाचारपत्र मे प्रकाशित होने वाले आर्थिक समाचारों के ऊपर कोई विश्वास नहीं किया जा सकता।

भारत में आर्थिक पत्रकारिता अभी अपने प्रारम्भिक काल मे है। इसलिए इस विधा के संवर्धन के लिए योग्य और जानकार आर्थिक पत्रकारो की उसे आवश्यकता है। योग्य आर्थिक पत्रकारों की कमी से इसके विकास में बाधा आ सकती है। आर्थिक पत्रकारों की योग्यता और ज्ञान में वृद्धि के लिए आवश्यक है कि उनके लिए समय-समय पर कार्यशालाएँ आयोजित की जॉय। इन कार्यशालाओं के माध्यम से कार्यरत आर्थिक पत्रकारो को आर्थिक, व्यापारिक और वित्तीय क्षेत्रो के बारे में नवीनतम घटनाओ की जानकारी दी जा सकती है। हिन्दी समाचारपत्रों की आर्थिक स्थिति अंग्रेजी समाचारपत्रों के मुकाबले कुछ ज्यादे ही कमजोर है। वित्तीय संसाधनों की अपर्याप्तता के चलते हिन्दी के आर्थिक पत्रकारों को वेतन आदि भी अंग्रेजी में कार्यरत आर्थिक पत्रकारो के मुकाबले काफी कम मिलता है। इसलिए विशेष ज्ञान रखने वाले आर्थिक पत्रकारो की कमी हिन्दी के क्षेत्र में बनी रहती है। फिर भी हिन्दी समाचारपत्रों को अपनी वित्तीय सीमाओ को ध्यान मे रखते हुए यथा सम्भव योग्य आर्थिक पत्रकारों को अपने यहाँ रखना चाहिए और इन पत्रकारों को समय-समय पर विभिन्न संस्थाओं द्वारा आयोजित की जाने वाली कार्यशालाओ मे उन्हें भेजकर पत्रकारों को अद्यतन जानकारी प्राप्त करने का अवसर भी देना चाहिए। इससे हिन्दी की आर्थिक पत्रकारिता का विकास ही होगा।

6. संसाधनों की कमी – हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता के विकास में संसाधनों की कमी एक प्रमुख समस्या है। यह सत्य है कि राष्ट्रभाषा हिन्दी के पाठकों की संख्या अंग्रेजी के पाठकों के मुकाबले बहुत अधिक हैं, किन्तु इसके प्रतिकूल संसाधनों के मामले में वह अंग्रेजी समाचारपत्रो के मुकाबले बहुत ही पीछे है। अंग्रेजी समाचारपत्रों को विज्ञापन से होने वाली आय बहुत अधिक होती है। इसलिए वे समृद्ध संसाधनों के चलते अपने समाचारपत्र के विकास और उसमें कार्यरत पत्रकारो पर अधिक धनराशि खर्च करने में सक्षम होते हैं। परिणामस्वरूप इन अंग्रेजी समाचारपत्रो के आर्थिक पृष्ठ अधिक समृद्ध होते है। अंग्रेजी में प्रकाशित होने वाले दैनिक आर्थिक समाचारपत्रों – इकोनामिक टाइम्स, फाइनेंशियल एक्सप्रेस, बिजनेस-स्टैण्डर्ड आदि को ऊँची दरो पर इतना अधिक विज्ञापन प्राप्त होता है कि उनके समाचारपत्रों की प्रकाशन लागत काफी कम पड़ती है। उक्त समाचारपत्र प्रतिदिन अधिक पृष्ठों, आकर्षक छपाई और उत्तम कागज पर छपने के बावजूद पाठकों को कम मूल्य पर प्राप्त होते हैं। अंग्रेजी के समाचारपत्र प्रायः अच्छे कागजों पर परिशिष्टों का प्रकाशन भी करते रहते हैं। यह सब कुछ उनके संसाधनों की पर्याप्तता का ही परिणाम है। इसके विपरीत हिन्दी समाचारपत्रों को अनेक वित्तीय संकटों से जूझना पड़ता है। संसाधनों की कमी के चलते हिन्दी समाचारपत्रो का अपनी सीमाओं मे ही रहकर सब कुछ करना पड़ता है। परिणामस्वरूप उनके आर्थिक पृष्ठ उतने समृद्ध नहीं बन

पाते है। हिन्दी पत्रो के आर्थिक पत्रकारों को आवश्यक संसाधन भी नहीं मिल पाते है, जिससे उन्हे अपना कार्य करने में अनेक परेशानी का सामना करना पडता है। हिन्दी मे आर्थिक पत्रकारिता के विकास के लिए आवश्यक है कि उन्हें जरूरी ससाधन भी प्राप्त हों। अंग्रेजी के अतिरिक्त हिन्दी को छोड़कर अन्य भारतीय भाषाओ – गुजराती, मराठी, मलयालम, तमिल आदि भाषाओं की आर्थिक पत्रकारिता अपने ससाधनों के चलते अपेक्षाकृत अधिक समृद्ध है।

7. स्थान की कमी– अन्य भारतीय भाषाओ और अंग्रेजी मे प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों की तुलना में हिन्दी के समाचारपत्रो मे आर्थिक समाचारो के लिए स्थान की कमी रहती है। परिणामस्वरूप आर्थिक समाचारों पर आधारित विवेचनात्मक और खोजपरक रिपोर्ट प्रकाशित नहीं हो पाती है। वस्तुतः आर्थिक पत्रकारिता खोजी पत्रकारिता है और खोजी पत्रकारिता की रिपोर्ट प्रकाशित करने के लिए उसे स्थान भी अधिक चाहिए तभी आर्थिक पत्रकारिता के साथ सही अर्थो मे न्याय किया जा सकता है। आमतौर पर अंग्रेजी के सामान्य समाचारपत्र जिस प्रकार आर्थिक समाचारों के लिए कम से कम चार पृष्ठ प्रतिदिन देते हैं उनकी तुलना में बड़े हिन्दी दैनिक समाचारपत्र दो पृष्ठ ही स्थान दे पाते हैं। इसमें पूरा एक पृष्ठ तो शेयरों के भाव प्रकाशित करने में लग जाता है। शेष दूसरे पृष्ठ पर मण्डियों, सर्राफा आदि के भावों को छापने के बाद यदि विज्ञापन भी रहा तो सामान्य आर्थिक समाचारों के लिए मात्र दो-ढाई कालम स्थान ही बचते हैं। इस सीमित स्थान मे पर्याप्त आर्थिक समाचार नही प्रकाशित किये जा सकते हैं। विवेचनात्मक, खोजपरक और मौलिक लेखन पर आधारित रिपोर्ट प्रकाशित करना तो दूर की बात है। वस्तुतः स्थानों का सीमित होना संसाधनों की कमी का ही अंग है। इस कमी के चलते हिन्दी की आर्थिक पत्रकारिता का विकास भी प्रभावित हो रहा है।

8. प्रशिक्षण का अभाव– आर्थिक पत्रकारिता के उन्नयन के लिए पत्रकारिता की इस महत्वपूर्ण विधा के बारे मे समुचित सैद्धान्तिक एवं व्यावहारिक प्रशिक्षण भी दिया जाना चाहिए, जिसका आज अभाव बना हुआ है। पत्रकारिता के शिक्षण प्रशिक्षण के आज अनेक संस्थान खुल गये हैं। विश्वविद्यालयो में भी स्नातक और स्नातकोत्तर स्तर के स्वतंत्र पाठ्यक्रम शुरू किये गये हैं। भारत में पत्रकारिता शिक्षण का सबसे बड़ा दुर्भाग्य यह है कि उस क्षेत्र मे योग्य लोगो का नितान्त अभाव है। गिने चुने व्यक्तियों को छोड़कर अनेक ऐसे लोग हैं, जिन्हे पत्रकारिता का व्यावहारिक अनुभव भी नही है। ऐसे लोगो से किस प्रकार स्तरीय प्रशिक्षण की उम्मीद की जा सकती है। विश्वविद्यालयों के पाठ्यक्रमों मे आर्थिक पत्रकारिता को जितना महत्व दिया जाना चाहिए उतना नहीं दिया गया है। आज आवश्यकता इस [illegible] की है कि इन पाठ्यक्रमों में स्वतन्त्र रूप से एक प्रश्नपत्र आर्थिक पत्रकारिता [illegible] ही होना चाहिए। ऐसे पाठ्यक्रमों में सैद्धान्तिक ज्ञान देने के साथ प्रशिक्षणार्थियों को व्यावहारिक ज्ञान भी देना चाहिए तभी वे [illegible] प्रतिष्ठानो या मीडिया क अन्य [illegible]त्रो में

कुशलतापूर्वक कार्य कर सकते हैं। यद्यपि कुछ विश्वविद्यालयो के पाठ्यक्रमो मे आर्थिक पत्रकारिता को भी शामिल किया गया है परन्तु इसे समुचित अथवा पर्याप्त नहीं कहा जा सकता है। व्यावहारिक ज्ञान देने के नाम पर वैसे ही इन विश्वविद्यालयो में उपेक्षा की गयी है, विशेषीकरण की बात तो कोसों दूर है। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में विशेषीकरण करने वाले प्रशिक्षणार्थियों को उद्योग, व्यापार, आर्थिक और वित्तीय क्षेत्र में अद्यतन जानकारी देने के साथ शेयर बाजारो, वित्तीय-संस्थानों, मण्डियो, बैंकिंग आदि की कार्यप्रणाली का व्यावहारिक ज्ञान भी देना चाहिए। समुचित प्रशिक्षण के अभाव के चलते आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में तमाम ऐसे लोग भी आ गये हैं, जिनसे किसी बेहतरी की उम्मीद नही की जा सकती है। आज जिस प्रकार से आर्थिक समाचारो का महत्व बढता जा रहा है उसे ध्यान मे रखते हुए कार्यरत पत्रकारो को भी समय-समय पर प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए।

9. सर्वांगीणता का अभाव – हिन्दी के समाचारपत्रों मे आर्थिक पत्रकारिता में सर्वांगीणता का अभाव बना हुआ है। हिन्दी का ऐसा कोई समाचारपत्र नहीं है जो अंग्रेजी समाचारपत्रो के मुकाबले आर्थिक पत्रकारिता के विविध पक्षों को स्थान देता हो। 'कारोबार' अवश्य इस दिशा मे प्रयासरत हैं, किन्तु अभी उसे सर्वांगीण आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे लम्बी यात्रा करनी है। हिन्दी के ऐसे सामान्य समाचारपत्र जिनमे आर्थिक समाचारों के लिए अलग से दो पृष्ठ दिये जाते है, उनमें भी सभी पक्षों को स्थान नही मिल पाता है। कुछ सीमित दायरे मे ही इन समाचारपत्रों मे आर्थिक-व्यापारिक समाचारों को स्थान मिल पाता है। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में ऐसे समाचारपत्र प्रायः एकांगी बन कर रह गये है। हिन्दी में ऐसा कोई सर्वांगीण पत्र नही है, जो मध्यम श्रेणी के अंग्रेजी समाचारपत्रों के समकक्ष आ सके। यह एक दुर्भाग्यपूर्ण स्थिति है, परन्तु इसे बिल्कुल निराशाजनक नही कहा जा सकता है। हिन्दी समाचारपत्रों में न ही कोई नियमित स्तम्भ होता है, न ही प्रकाशनार्थ उपलब्ध सामग्री की उत्कृष्टता पर ही ध्यान दिया जाता है। आर्थिक गतिविधियों में नित नये आयाम प्रस्तुत हो रहे हैं। ऐसी स्थिति मे विशिष्टीकरण के सन्दर्भ में आर्थिक पत्रकारिता के विविध पक्षों को पर्याप्त महत्त्व देने की आवश्यकता है, तभी हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता का सर्वांगीण विकास हो सकेगा।

10. आंचलिक और क्षेत्रीय व्यापार की उपेक्षा– आर्थिक और औद्योगिक रूप से पिछड़े अंचलों का विकास इसलिए भी नही हो पाता; क्योंकि उनकी विभिन्न समस्याओं की सही तस्वीर प्रस्तुत नहीं की जाती है। इस सन्दर्भ में समाचारपत्र तथा पत्रिकाओं और अन्य संचार माध्यमो में आंचलिक और क्षेत्रीय व्यापार की पर्याप्त उपेक्षा की जाती है। आर्थिक पत्रकारो का यह दायित्व बनता है कि वे विभिन्न अञ्चलों की औद्योगिक और आर्थिक-व्यापारिक समस्याओ को उजागर कर उनके निराकरण के लिए शासन पर दबाव डालने का भी प्रयास करे। सामान्य रूप से देखा जा जाता है कि बड़े महानगरों से निकलने वाले समाचारपत्रो के आर्थिक

पृष्ठों पर सिर्फ उन्हीं महानगरो की आर्थिक, व्यापारिक गतिविधियो आदि के समाचार पर्याप्त संख्या मे प्रकाशित होते है। इस परिप्रेक्ष्य मे आन्चलिकता की उपेक्षा आर्थिक पत्रकारिता के विकास में बाधक ही साबित होगी। भारत गाँव प्रधान देश है और इसकी पूरी अर्थ-व्यवस्था गाँवो पर ही आधारित है। कृषि, लघु, कुटीर तथा अति लघु उद्योगो से जुड़ी अर्थव्यवस्था ही राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था को दिशा प्रदान करती है। कृषि तथा कृषि पर आधारित उद्योगो को संचार माध्यमों मे जितना महत्व मिलना चाहिए उतना नहीं मिल पा रहा है, बल्कि उसकी उपेक्षा ही की जा रही है। इससे पाठकों के एक बडे वर्ग की उपेक्षा हो रही है। आर्थिक पत्रकारों को अपने समाचारपत्रो मे आंचलिक और क्षेत्रीय महत्व के आर्थिक और व्यापारिक गतिविधियो, उनकी समस्याओ आदि पर भी पर्याप्त रूप से ध्यान देने की आवश्यकता है। इससे जहाँ एक ओर हमारी ग्रामीण अर्थव्यवस्था को सबल मिलेगा वहीं दूसरी ओर आर्थिक पत्रकारिता के विकास और विस्तार का भी मार्ग प्रशस्त होगा।

11. उपभोक्ताओं और निवेशकों की उपेक्षा— उपभोक्तावादी सस्कृति में जहाँ सबसे महत्वपूर्ण स्थान उपभोक्ताओं अथवा ग्राहकों का है वहीं इक्विटी सस्कृति में निवेशक सबसे महत्वपूर्ण है। इन दोनों महत्वपूर्ण स्तम्भो की उपेक्षा आज आर्थिक पत्रकारिता मे भी हो रही है। यद्यपि कुछ समाचारपत्र 'उपभोक्ता मच' या 'निवेशक मंच' जैसे स्तम्भों के अन्तर्गत उपभोक्ताओं अथवा ग्राहकों और निवेशकों की समस्याओ का प्रकाशन कर उनकी समस्याओं के निराकरण में सहयोग कर रहे हैं। परन्तु यह व्यवस्था सभी समाचारपत्रों में नहीं है। आर्थिक पत्रकारिता के विकास और विस्तार के लिए यह आवश्यक है कि समाचारपत्रो मे नियमित रूप से ऐसे स्तम्भ प्रकाशित किये जाय। इससे पाठको का एक बडा वर्ग उस समाचारपत्र से जुड़ता ही है साथ ही ग्राहकों और निवेशकों का भी भला होता है। इसे प्रोत्साहन देना आर्थिक पत्रकारिता के लिए भी श्रेयस्कर है।

सम्भावनाएँ

संचार क्रान्ति के युग में जहाँ एक ओर पूरी दुनिया की भौगोलिक दूरी समाप्त हो गयी है वहीं दूसरी ओर आर्थिक एव व्यापारिक गतिविधियों के व्यापक विस्तार ने 'आर्थिक गाँव बने विश्व' की अवधारणा को भी साकार कर दिया है। आर्थिक-व्यापारिक गतिविधियों के लिए देश की सीमाएँ अब अर्थहीन हो गयी हैं। आर्थिक विकास में सबसे बड़े मददगार संचारमाध्यमों में 'इण्टरनेट' के जरिये पूरी दुनिया की आर्थिक-व्यापारिक औद्योगिक गतिविधियों से जुड़ी अद्यतन सूचनाएँ अब पल-प्रतिपल उपलब्ध हैं। परिणामस्वरूप पूरा विश्व ही अब व्यापार समुदाय बन गया है, जहाँ सूचनाओं का अविरल प्रवाह बना हुआ है। वस्तुतः यही सूचनाएँ जीवन-शक्ति हैं, जिसके बल पर देश के अन्दर और देश की सीमाओं के बाहर दुनिया के तमाम देशों के साथ औद्योगिक, आर्थिक और व्यापारिक साम्राज्य फल-फूल रहा है। जब तक इन सूचनाओं का महत्व बना रहेगा तब तक आर्थिक पत्रकारिता

का भी महत्व रहेगा। ऐसी स्थिति मे आर्थिक पत्रकारिता के निरन्तर विकास की असीम संभावनाएँ बनी हुई है। आर्थिक पत्रकारिता का क्षेत्र और महत्व दिनोंदिन व्यापक होता जा रहा है; क्योंकि आज 'अर्थ' से समाज का हर वर्ग और व्यक्ति प्रभावित है। आर्थिक उदारीकरण और वैश्वीकरण की नीतियो से भारत मे आर्थिक पत्रकारिता को विशेष महत्व मिला है। यह बात सही है कि अंग्रेजी समाचारपत्रो के मुकाबले हिन्दी की आर्थिक पत्रकारिता अभी काफी पीछे है। उसे विभिन्न प्रकार की समस्याओं से जूझना पड़ रहा है किन्तु यह इस तथ्य को भी उजागर करता है कि हिन्दी में आर्थिक पत्रकारिता के विकास की विपुल सम्भावनाएँ हैं। इन सम्भावनाओ को निम्नलिखित बिन्दुओं के माध्यम से सक्षेप मे स्पष्ट किया जा सकता है–

1. कृषि और आर्थिक पत्रकारिता– भारत सहित दुनिया के ऐसे तमाम विकासशील और अविकसित राष्ट्र हैं, जिनकी अर्थव्यवस्था पूरी तरह से कृषि पर आधारित है। कृषि के क्षेत्र में वैज्ञानिक प्रगति के चलते हरित क्रान्ति आयी। इसमे कृषि वैज्ञानिकों के साथ ही जनसचार माध्यमो की भी महत्वपूर्ण भूमिका रही है, जिन्होंने प्रयोगशालाओ मे हुए वैज्ञानिक अनुसंधानों को खेतो और खलिहानों तक पहुँचाया। 'लैब टू लैण्ड' कार्यक्रम की केन्द्रीय कडी में स्थित जनसंचार माध्यमो ने अपने प्रयासो से किसानो मे जागरूकता उत्पन्न कर उन्हें न केवल वैज्ञानिक कृषि के लिए प्रेरित किया, अपितु कृषि को अर्थपरक बनाकर उसे धनार्जन का माध्यम भी बनाया। यहाँ यह बात भी विशेषरूप से उल्लेखनीय है कि पत्रकारिता की एक अलग विधा 'कृषि पत्रकारिता' का कृषि-विकास के क्षेत्र में विशेष योगदान रहा है। इसके साथ यह भी उल्लेखनीय है यदि 'कृषि पत्रकारिता' ने कृषि को वैज्ञानिक बनाने में सहयोग किया है तो वहीं दूसरी ओर आर्थिक पत्रकारिता ने कृषि को अर्थपरक तथा धनार्जन का माध्यम बनाने में योगदान किया है। वस्तुत: कृषि प्रधान देशो में कृषि पत्रकारिता और आर्थिक पत्रकारिता के बीच बहुत करीब का रिश्ता है। ऐसे देशों में कृषि विकास से ही आर्थिक वृद्धि सम्भव है। वैज्ञानिक कृषि का अभिप्राय केवल अधिक पैदावार से नही है बल्कि उत्पादन के पश्चात् उसके बेहतर विपणन प्रबन्धन का गुरुतर दायित्व कृषि और आर्थिक पत्रकारिता से जुड़े पत्रकारो का है जिनका कार्य सही सूचनाओ को किसानों तक पहुँचाना है। कृषि के ऐसे तमाम पहलू है, जहाँ पत्रकारो की भूमिका का महत्व निरन्तर बढता जा रहा है। कृषि में पूँजी निवेश हेतु धन उपलब्ध कराने के लिए बैंक भी कार्य कर रहे हैं। राष्ट्रीय कृषि एव ग्रामीण विकास बैंक (नाबार्ड) इस क्षेत्र में भारत का शीर्ष बैंक है जो अन्य बैंकों के माध्यम से किसानों को वित्त की सुविधाएँ मुहैया कराता है। किसानो के हितों से जुड़ी तमाम महत्वपूर्ण सूचनाओ को सम्प्रेषित करने का महत्वपूर्ण दायित्व इन्हीं आर्थिक पत्रकारो पर ही हैं।

2. कृषि आधारित उद्योग– कृषि के बदलते स्वरूप और चरित्र ने उसे उद्योग के करीब लाकर खड़ा कर दिया है कृषि को अनेक देशों में उद्योग का

दर्जा भी मिल गया है। भारत मे कानूनी अड़चनों के चलते भले ही उसे उद्योग का वैधानिक दर्जा अभी तक नही मिल पाया किन्तु व्यावहारिक रूप से कृषि ने उद्योग का स्वरूप धारण कर लिया है। कृषि आधारित तमाम ऐसे उद्योग (एग्रो इण्डस्ट्रीज) हैं, जिनका देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान है। देश की अनेक कम्पनियो ने एग्रो इण्डस्ट्रीज के क्षेत्र मे प्रवेश तो किया ही बहुराष्ट्रीय कम्पनियो का भी इस क्षेत्र मे आकर्षण बढ़ा है। एग्रो इण्डस्ट्रीज की अनेक कम्पनियों के पब्लिक इश्यू भी आ चुके हैं। कृषि आधारित इन उद्योगों से स्वदेशी बाजारो मे विपणन के साथ ही विदेशों को भी इनके उत्पाद निर्यात किये जा रहे है। अब एग्रो इण्डस्ट्रीज विदेशी मुद्रा अर्जित करने के माध्यम बन गये है। इन उद्योगों के विकास मे आर्थिक पत्रकारिता की विशेष महत्वपूर्ण भूमिका बन सकती है। इन उद्योगो के बारे मे नवीनतम सूचनाएँ देने और उनकी समस्याओं को उजागर करते हुए उनके समाधान की दिशा मे रचनात्मक भूमिका निभाने का कार्य आर्थिक पत्रकारिता के माध्यम से सम्भव है।

3. **कुटीर और ग्रामोद्योग**— ग्रामीण अर्थव्यवस्था मे कुटीर और ग्रामोद्योगो का महत्वपूर्ण स्थान है। कृषि कार्यो मे बचे समय का उपयोग ग्रामीण जन इन कुटीर उद्योगों तथा ग्रामोद्योगों मे कर धनार्जन करते है। कुटीर और ग्रामोद्योगों मे बड़ी सख्या मे लोगो को रोजगार मिले हुए है। इन उद्योगों का जाल पूरे देश मे फैला हुआ है। खण्ड विकास स्तर से लेकर राष्ट्रीय स्तर तक अनेक संस्थाएँ और अभिकरण इन उद्योगों को संरक्षण, संवर्धन तथा सहयोग प्रदान करने का कार्य कर रही है। केन्द्र और राज्य सरकारो की ऐसी अनेक योजनाएँ भी हैं जो ग्रामीणजनो के लिए ग्राम्य विकास के परिप्रेक्ष्य मे बनी हुई हैं। समुचित जानकारी के अभाव में इन योजनाओ का लाभ लोग नहीं उठा पाते है और गलत लोगो तथा अधिकारियो तक ही ऐसी योजनाएँ सिमट कर रह जाती हैं। यहीं पर आर्थिक पत्रकारो की रचनात्मक भूमिका अपेक्षित हो जाती है। इन उद्योगो तथा ग्राम्य विकास से जुडी योजनाओं के बारे मे पर्याप्त जानकारी जनसामान्य को उपलब्ध कराने तथा इनके क्रियान्वयन में होने वाली त्रुटियो को उजागर करने का दायित्व आर्थिक पत्रकारों का बनता है। इस दिशा में आर्थिक पत्रकारों के लिए कार्य करने की व्यापक सभावनाएँ हैं।

4. **औद्योगिक विकास**— कृषि आधारित उद्योगों, कुटीर और ग्रामोद्योग के अतिरिक्त औद्योगिक विकास के क्षेत्र मे लघु, मध्यम तथा बड़े उद्योगों में निजी और सार्वजनिक क्षेत्र के भी उद्योग शामिल है। अब तो बहुराष्ट्रीय कम्पनियो के साथ सयुक्त उद्यमों का फैलाव हो रहा है। औद्योगिक विकास की इस पूरी प्रक्रिया में हर स्तर पर सूचनाओ की अहम् भूमिका है और इन सूचनाओं के सम्प्रेषण मे आर्थिक पत्रकारो की भूमिका महत्वपूर्ण हो जाती है। अब तो विशेषीकरण के इस युग में उद्योगों के बारे मे विशिष्ट जानकारी रखने वाले पत्रकारों की एक अलग श्रेणी ही बन गयी है। अनेक विकसित देशों में ऐसे औद्योगिक पत्रकारों का संघठन भी बना हुआ है। वस्तुत ऐसे औद्योगिक पत्रकार आर्थिक पत्रकारिता के ही अंग

है। भारत मे भी औद्योगीकरण की गतिविधियाँ तेज होने से उद्योगो के बारे मे विशिष्ट जानकारी रखने वाले पत्रकारो का महत्व बढ गया है। औद्योगिक गतिविधियो की विशिष्ट जानकारी न केवल उद्यमियों के लिए अति उपयोगी होती है बल्कि आम पाठको के लिए भी यह महत्वपूर्ण है। इस दिशा मे भी कार्य करने की आर्थिक पत्रकारों के लिए विशेष संभावनाएँ हैं। इस दिशा मे तकनीकी शिक्षा प्राप्त पत्रकारो की उपयोगिता कुछ अधिक ही है।

5. वित्तीय क्षेत्र और पत्रकारिता – वर्तमान अर्थप्रधान युग मे वित्तीय गतिविधियो का दायरा बहुत बढ़ा है। इसमें मुद्रा, बैकिग, बीमा, गैर बैकिग कम्पनिया, विदेशी बैक और वित्तीय सस्थानो के अतिरिक्त लोकवित्त के अन्तर्गत कर, शुल्क, बजट आदि भी आते है। आर्थिक पत्रकारिता के अन्तर्गत इन सभी वित्तीय गतिविधियो के समाचारों और अद्यतन सूचनाओं को सही और वस्तुनिष्ठ तरीके से जनसामान्य तक पहुँचाने का गुरुतर दायित्व आर्थिक पत्रकारों पर है। वित्तीय गतिविधियो के इस व्यापक क्षेत्र में आर्थिक पत्रकारो के लिए कार्य करने की संभावनाएँ भी काफी व्यापक हैं। इस कार्य को सफलता पूर्वक वही आर्थिक पत्रकार सम्पादित कर सकता है जिसको वित्त के विभिन्न पहलुओं का अच्छा ज्ञान हो। उदारीकरण के परिणामस्वरूप भारत में देश की वित्तीय गतिविधियों में अनेक बदलाव आने के साथ इनके अनेक नये क्षेत्र भी खुले है। आने वाले समय में वित्तीय गतिविधियों के और नये आयाम उद्घाटित होंगे। ऐसी स्थिति में आर्थिक पत्रकारिता का महत्व और बढ़ने के साथ ही आर्थिक पत्रकारो का दायित्व भी बढ जायेगा। उन्हे अनेक चुनौतियों का भी सामना करना पड सकता है। इसके बावजूद वित्तीय क्षेत्र में पत्रकारो के लिए कार्य करने की काफी अच्छी सम्भावनाएँ है।

6. बाजार-विकास – आज पूरी अर्थव्यवस्था बाजारों पर आधारित है। बाजारों का दायरा भी बहुत ही विस्तृत है। यह कस्बाई बाजारो से शुरू होकर अन्तर्राष्ट्रीय बाजारो में जाकर समाप्त होता है। हर बाजार का अपना स्वरूप और चरित्र होता है। इसके साथ ही बाजारों की अपनी विविधताएँ भी है, जो उसके चरित्र पर निर्भर है। मुद्रा बाजार, विनिमय बाजार, पूँजी बाजार, कालमनी मार्केट मे जहाँ धन का कारोबार होता है वहीं दूसरी ओर जिन्स बाजार, खाद्य और अखाद्य बाजार, धातु एव रसायन, कपास आदि के विभिन्न प्रकार के बाजार हैं। इन सभी बाजारो का व्यापारियो, उद्यमियो के साथ-साथ आम उपभोक्ताओ का भी सीधा सम्बन्ध होता है। आजकल ग्राहको, उपभोक्ताओ आदि की अभिरुचियों, प्रवृत्तियों आदि का अध्ययन करने के लिए 'मार्केट रिसर्च' पर भी काफी ध्यान दिया जाने लगा है। जितनी भी अच्छी कम्पनियां हैं वे अपने उत्पादों को बाजार में लाने के पूर्व 'मार्केट रिसर्च' का कार्य कराती है और बाजारों में उत्पादो को पेश किये जाने के बाद पुनः ग्राहकों, उपभोक्ताओं, विक्रेताओ तथा वितरकों आदि का अलग-अलग

कर जो 'फीड बैक' मिलता है उसके [illegible] पर कम्पनियां अपनी भावी

रणनीति तैयार करती हैं। 'मार्केट रिसर्च' कम्पनियो द्वारा स्वय कराया जाताहै। इसके अतिरिक्त अब तो कई एजेन्सियाँ भी विभिन्न कम्पनियो के लिए 'मार्केट रिसर्च' का कार्य करती हैं। वस्तुत: उक्त सभी प्रक्रिया आर्थिक पत्रकारिता के ही अग है। इन सभी बाजारो के समाचारो के अतिरिक्त उनके बारे में खोजपरक अध्ययन आर्थिक पत्रकारिता के नये कार्यक्षेत्र हैं, जहाँ काफी कार्य किया जा सकता है। बाजारो का अध्ययन और नये बाजारों का विकास आर्थिक पत्रकारिता का महत्वपूर्ण पक्ष है।

7. **विशिष्ट प्रकाशन** – आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में सामान्य समाचारपत्रो अथवा आर्थिक समाचारपत्रो में आर्थिक समाचारों के प्रकाशन के अतिरिक्त विशिष्ट प्रकाशनों का प्रचलन भी तेजी से चल पडा है, जहाँ आर्थिक पत्रकारों के लिए कार्य के नये क्षेत्रो का उदय हुआ है। इन समाचारपत्रों मे विभिन्न उद्योगों, धन्धो आदि पर परिशिष्ट का प्रकाशन प्राय: होता रहता है। सुविधा-सम्पन्न समाचारपत्रो मे तो परिशिष्ट के प्रकाशन के लिए अलग प्रभाग बना दिये गये है जो समय-समय पर विभिन्न उद्योगो, व्यापार आदि के बारे में परिशिष्ट प्रकाशित करते रहते है। इन परिशिष्टों का प्रकाशन कौशल का कार्य है। ऐसे परिशिष्ट जहाँ आम पाठकों के लिए जानकारी के नये स्रोत हैं वही समाचारपत्रो के लिए विज्ञापनो के माध्यम से आय के साधन भी है। इन परिशिष्टों के प्रकाशन के अतिरिक्त आर्थिक पत्रकारिता मे विशिष्ट प्रकाशनो के अन्तर्गत गृह-पत्रिकाओ, ट्रेड मैगजीन आदि का भी महत्व बढ गया है। अनेक कम्पनियाँ तथा उद्योग नियमित रूप से गृह-पत्रिकाएँ प्रकाशित करते है। इसके अतिरिक्त विभिन्न उद्योग सघठनो या समूहो द्वारा 'ट्रेड मैगजीन' का प्रकाशन किया जाता है। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में कार्य के नये अवसरो के रूप में इन विशिष्ट प्रकाशनो का विशेष महत्व है। आने वाले समय मे ऐसे विशिष्ट प्रकाशनों की मांग मे और वृद्धि होगी, क्योंकि विशेषीकरण के इस युग मे विशिष्ट ज्ञान और सूचनाओं की उपादेयता निरन्तर बढ़ती जा रही है।

8. **प्रोफेशनल के लिए नये अवसर** – आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र मे पत्रकारिता का ज्ञान रखने वाले पत्रकारो के लिए ही नही बल्कि दूसरे क्षेत्र के 'प्रोफेशनल' के लिए भी मार्ग खुल गये है। अनेक आर्थिक समाचारपत्रों मे अब इंजीनियरो, चार्टर्ड एकाउण्टेण्टो, प्रबन्धशास्त्र मे स्नातकोत्तर उपाधि रखने वालो की नियुक्तिया प्रारम्भ हो गयी है, जो अपने ढंग से पत्रकारिता के माध्यम से विशिष्ट ज्ञान आम और खास पाठको को उपलब्ध करा रहे हैं। यह इस तथ्य की ओर सकेत करता है कि आर्थिक पत्रकारिता में विशेषीकरण का किस प्रकार महत्व बढ़ रहा है। यह आर्थिक पत्रकारिता के बढ़ते कार्यक्षेत्र की ओर भी सकेत करता हैं।

9. **इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और आर्थिक पत्रकारिता** – प्रिण्ट मीडिया के अतिरिक्त इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विशेष रूप से टेलीविजन के लिए भी आर्थिक पत्रकारिता का महत्व निरन्तर बढ़ता जा रहा है आर्थिक पत्रकारों के लिए कार्य का यह नया

क्षेत्र है, जहाँ अपना कौशल प्रदर्शित करने के लिए उन्हे पर्याप्त अवसर उपलब्ध है। दूरदर्शन के अतिरिक्त अन्य टी.वी. चैनलों पर आर्थिक समाचारों को विशेष महत्त्व मिल रहा है। अब तो आर्थिक समाचारो के लिए स्वतन्त्र रूप से चैनल कार्य कर रहे हैं। इसके अतिरिक्त अन्य आर्थिक और औद्योगिक समाचारों का भी इन टेलीविजन चैनलों पर प्रसारण किया जा रहा है। कुछ कम्पनियाँ आर्थिक, वित्तीय और औद्योगिक गतिविधियो पर आधारित 'वीडियो मैगजीन' भी तैयार कर रही हैं। श्रव्य-दृश्य माध्यमों के बढ़ते महत्व को देखते हुए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में कार्य करने के लिए नये अवसर सामने आये हैं।

10. खोजपरक आर्थिक पत्रकारिता – वस्तुत: आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में खोजी पत्रकारिता की काफी सम्भावनाएँ हैं। सामान्य समाचारो को छोड दें तो पूरी आर्थिक पत्रकारिता ही खोजपरक बन सकती है। वित्तीय अनियमितताओं के दौर में जहाँ कहीं भी आर्थिक घोटालों की गुंजाइश है वहीं पर खोजी आर्थिक पत्रकारों के लिए कार्य करने के नये अवसर भी मिलते हैं। आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में खोजपरक रिपोर्ट तैयार करना कोई सरल कार्य नहीं है, बल्कि यह चुनौतियो से भरा है, जहाँ जोखिम भी पर्याप्त है परन्तु खोजी प्रवृत्ति के जिन साहसिक पत्रकारों ने इस क्षेत्र में सफलता पूर्वक निष्ठा और ईमानदारी के साथ कार्य किया उन्हे यश भी काफी मिला। अंतुले काण्ड में अरुण शौरी तथा प्रतिभूति घोटाले मे सुचेता दलाल जैसे साहसिक पत्रकारों को जो यश और सम्मान मिला उससे सभी परिचित हैं। इसलिए आर्थिक और वित्तीय क्षेत्र में खोजपरक आर्थिक पत्रकारिता की काफी सभावनाएँ हैं।

इसके अतिरिक्त भी आर्थिक, वित्तीय एवं औद्योगिक क्षेत्रों में नित्य नये-नये ये अवसर बराबर आते रहते है, जो आर्थिक पत्रकारो के लिए नयी-नयी संभावनाओं र उजागर करते हैं। दूसरे शब्दों में आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में सम्भावनाएँ असीम आवश्यकता है तो सिर्फ दृष्टि की।

परिशिष्ट

- शेयर शब्दावली
- आयात-निर्यात शब्दावली
- अन्तरराष्ट्रीय एवं राष्ट्रीय वित्तीय संस्थाएँ
- भारत के स्टॉक एक्सचेंज

शेयर-शब्दावली

ए

एलॉटमेण्ट लेटर (आवंटन पत्र)

कम्पनी द्वारा जारी किये गये शेयरों के लिए आवेदन-पत्र माँगे जाते हैं। आवेदन-पत्र की स्वीकृति के आधार पर दिये गये निश्चित शेयरों के सूचना-पत्र को एलॉटमेण्ट लेटर कहते हैं, जिसमें स्पष्ट रूप से उल्लेख किया जाता है कि आवेदक को कितने शेयर आवंटित किये गये हैं। यही स्थिति डिबेंचरों के सम्बन्ध में भी होती है।

एट पार (सम मूल्य)

शेयर के अंकित मूल्य के समान मूल्य को 'पार वैल्यू' कहते हैं और 'पार वैल्यू' पर जारी होने वाले या बिकने वाले शेयर को 'एट पार' कहा जाता है। उदाहरण के तौर पर अगर किसी शेयर की कीमत 10 रुपये या 100 रुपये है और उसे उतनी ही कीमत पर जारी किया जाता है या बेचा जाता है तो शेयर को 'एट पार' माना जायगा।

एट प्रीमियम

किसी शेयर को शेयर प्रमाण-पत्र पर अंकित मूल्य से अधिक मूल्य पर जारी किया जाता है अथवा बेचा जाता है तो इस प्रकार का विक्रय 'एट प्रीमियम' कहलाता है। उदाहरण के लिए दस रुपये अंकित मूल्य के शेयर को 15 रुपये में दिया जाना अथवा बेचा जाना 'एट प्रीमियम विक्रय' कहलाएगा।

अथोराइज्ड शेयर कैपिटल (अधिकृत शेयर पूंजी)

किसी कम्पनी के मेमोरेण्डम आफ असोसिएशन और आर्टिकल्स ऑफ असोसिएशन में उल्लिखित कम्पनी द्वारा जारी किये जा सकने वाले शेयरों की अधिकतम संख्या। कोई कम्पनी शुरू में कम ही शेयर जारी कर सकती है। शेयरधारकों और सेबी की स्वीकृति से अधिकृत पूंजी बढ़ायी जा सकती है।

एसेट स्ट्रिपिंग

कम्पनी के निरन्तर सचालन से लाभ कमाने की बजाय फटाफट मुनाफे कमाने के उद्देश्य से कम्पनी की सम्पत्तियां बेच देना एसेट स्ट्रिपिंग कहलाता है। एसेट स्ट्रिपिंग करने वाले व्यक्ति के पास अंततः नाम की ही कम्पनी रह जाती है और उसे वह इसलिए बचाये रखता है ताकि कर-चोरी जैसे धोखाधड़ी के अपने कामों को अंजाम दे सके।

आर्टिकल्स ऑफ एसोसिएशन

किसी कम्पनी के प्रवर्तकों द्वारा मेमोरण्डम ऑफ एसोसिएशन के साथ तैयार की गयी नियमावली। इस नियमावली में उन नियमों, शर्तों और कायदे कानूनों की विस्तार से

चर्चा की जाती है, जिनके तहत कम्पनी को चलाया जाता है। कम्पनी का नाम कम्पनियो के रजिस्ट्रार के पास दर्ज करवाने के लिए आर्टिकल्स ऑफ एसोसिएशन का दर्ज करवाया जाना बहुत जरूरी है।

एप्रोप्रिएशंस

कम्पनियो की बैलेंस शीटो में प्रयुक्त होने वाला शब्द। इसके तहत यह दिखाया जाता है कि कम्पनी ने प्रिफरेंस और इक्विटी शेयरों पर लाभांश देने और सामान्य कोषों आदि में हस्तान्तरण कर किस तरह से अपने अर्जित लाभों का इस्तेमाल किया है।

एसेट्स (परिसम्पत्तियाँ)

किसी कम्पनी के स्वामित्व में रहने वाली हर वह चीज जिसका बाजार मूल्य हो, परिसम्पत्ति या एसेट कहलाती है।

एप्रिसिएशन (वृद्धि)

परिसम्पत्ति या शेयरों के मूल्यों मे हुई वृद्धि को एप्रिसिएशन कहा जाता है।

एप्लीकेशन मनी (आवेदन राशि)

नये इश्यू के लिए आवेदन करते समय निवेशक को जो राशि अदा करनी पड़ती है उसे एप्लीकेशन मनी या आवेदन राशि कहते हैं। यह राशि शेयरों के कुल इश्यू मूल्य से अमूमन कम होती है।

एप्रूव्ड लिस्ट (स्वीकृत सूची)

निवेश के विकल्पों की वह सूची जिसमें किसी सहयोग निधि, जीवन बीमा निगम, भारतीय यूनिट ट्रस्ट, पेंशन फण्डों आदि की निवेश की छूट होती है। कुछ ऐसे मामलों में जहाँ सरकार का सीधा हस्तक्षेप होता है, वहाँ सूची में यह भी निर्दिष्ट होता है कि निवेश किस अनुपात में किया जाय।

अल्फा फैक्टर

अल्फा फैक्टर किसी शेयर की अस्थिरता को मापने का पैमाना है। मान लीजिये किसी शेयर का अल्फा फैक्टर 1.5 है तो यह माना जा सकता है कि उस शेयर के दाम में, अपनी स्वयं की शक्ति की बदौलत (जैसे प्रति शेयर लाभ में वृद्धि के जरिये) एक साल के भीतर 50 प्रतिशत वृद्धि होगी।

अल्फा शेयर

वे शेयर जिनमें सबसे ज्यादा कारोबार होता हो, अल्फा शेयर कहलाते हैं। इन्हें स्पेसीफाइड या विशिष्ट शेयर, ए ग्रुप प्रतिभूतियां, क्लियर्ड सिक्यूरिटीज आदि भी कहा जाता है।

एमलगमेशन

जब दो या दो से ज्यादा अलग-अलग कम्पनियां साथ मिलकर एक कम्पनी बनाती हैं, जिससे उनके संगठित संसाधन अधिक सम्पन्नता और सुविधा उपलब्ध करा सकें तो इसे एमलगमेशन कहा जाता है।

एडी या एडवांस – डिक्लाइन-इण्डेक्स

यह शेयर बाजार में मंदी या तेजी के रुख की पहचान करने का एक अच्छा संकेतक है। इसका पता लगाने के लिए शेयर बाजार में जिन शेयरों की कीमतों में वृद्धि हुई है उनकी संख्या में उन शेयरों की संख्या का भाग दे देते हैं जिनकी कीमते गिरी है। उदाहरण के तौर पर किसी दिन 200 शेयरों के भाव चढ़े है और 100 शेयरों के कम हुए हैं तो एडी इण्डेक्स 2 होगा। यह सूचकांक 1 से ज्यादा हो तो तेजी का रुख दिखाता है और 1 से कम हो तो मंदी का।

एनुअल रिपोर्ट (वार्षिक रिपोर्ट)

किसी कम्पनी के निवेशकों द्वारा अपने शेयरधारकों के लिए जारी की गयी रिपोर्ट, जिसमे सम्बद्ध वित्तीय वर्ष में कम्पनी की गतिविधियों, भविष्य की योजनाओं और वित्तीय परिणामों के बारे में निदेशक की कम्पनी रिपोर्ट रहती है, आडिटर की रिपोर्ट रहती हैं, बैलेंस शीट होती है और लाभ तथा हानि का हिसाब-किताब आदि होता है। कम्पनी कानून के तहत सभी कम्पनियों के लिए अनिवार्य है कि वे ऐसी वार्षिक रिपोर्ट तैयार करें और अपने शेयरधारकों के पास भेजें।

एन्युटी

बैंकों, जीवन बीमा निगम, भारतीय यूनिट ट्रस्ट और गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थाओ की एक निवेश योजना जिसमें लोग एक ही बार या एक निश्चित अंतराल पर नियमित भुगतान के एवज में जीवन भर या एक तय अवधि तक एक निर्दिष्ट राशि प्राप्त करते रहते हैं। निवेशक की मृत्यु या तय अवधि की समाप्ति पर खुद निवेशक या उसका नामित व्यक्ति निवेशित राशि को वापस पा सकता है। इस योजना के तहत जीवन बीमा की सुविधा नहीं मिलती है।

एक्यूमुलेशन

सुनियोजित तरीके से और सावधानी से किसी कम्पनी के शेयरों की छोटी-छोटी संख्या में खरीद ताकि न तो कीमत एक बारगी बढे और न ही किसी का ध्यान जाय। लेकिन इससे धीमे-धीमे कम्पनी में बड़ी होल्डिंग बना ली जाती है।

एक्टिंग इन कंसर्ट या कंसर्ट पार्टी

जब दो या ज्यादा निवेशक एक ही उद्देश्य के लिए मिलकर काम करते हैं। उदाहरण के तौर पर वे किसी खास कम्पनी के शेयर खरीद या बेच सकते हैं ताकि उसकी कीमत कम या ज्यादा हो जाय या वे इस तरह से स्टाक इकट्ठा कर सकते हैं ताकि अंततः कम्पनी पर नियंत्रण करने मे वे समर्थ हो जांय।

अकाउण्ट्स पेयेबुल

बैलेंसशीट की देनदारियों के हिस्से में दर्ज होने वाला खाता। इसका मतलब उन राशियों से है जो कम्पनी को अपने उन नियमित व्यावसायिक ऋणदाताओं को चुकानी है, जिनसे वह सामान और सेवाएँ उधार लेती रहती हैं। एक नजरिये से उधार पर खरीददारी करना कार्यशाली पूंजी में महत्वपूर्ण वृद्धि कर सकता है।

अकाउण्ट्स रिसीवेबल

बैलेंस शीट में परिसम्पत्ति के हिस्से में दर्ज होने वाला हिसाब। इसका मतलब कम्पनी के देनदारों से मिलने वाली राशि से है। चूँकि कम्पनी के कुछ देनदार वित्तीय समस्याओ के कारण पैसा नही चुका पाते हैं; इसलिए प्राप्त होने वाले धन का वास्तविक आंकलन करते समय उसमे से वे देनदारियां घटा दी जाती हैं जो मिलना संदिग्ध है। इससे कम्पनी के बिक्री प्रबंधन की मजबूती का भी पता चलता है। आंकलन अवधि में उधार पर हुई कुल बिक्री में अकाउण्ट्स रिसीवेबल का भाग दिया जाता है और जो सख्या आती है वह यह बताती है कि कितनी बार सतोषजनक तरीके से देनदारियां वसूली गयी हैं।

एवरेजिंग अप

ऊँचे और नीचे के भावों पर खरीदे गये शेयरों को औसत भाव पर व्यवस्थित करना 'एवरेजिंग अप' कहलाता है। जैसे समान संख्या मे 20 रुपये, 30 रुपये और 40 रुपये के भावों पर खरीदे गये शेयरों का औसत भाव 30 रुपये हुआ। बाजार में शेयरो का भाव बढने पर इन शेयरों को बेचने से लाभ कमाया जा सकता है। इस रणनीति में कभी-कभी जोखिम भी रहता है।

आरबिट्रेज

किसी एक शेयर को दो या दो से अधिक शेयर बाजारो में खरीद-ब्रिकी कर जब कोई मुनाफा कमाता है तब उसे आरबिट्रेज कहते हैं। उदाहरण के लिए यदि कोई व्यक्ति या कारोबारी मुम्बई से टिस्को के एक हजार शेयर खरीद कर उसी दिन कलकत्ता या दिल्ली के बाजार में ऊँचे भावों पर बेचकर मुनाफा कमा लेता है तब इस प्रक्रिया को आरबिट्रेज कहा जाता है।

एसेट प्ले

यह वित्तीय विश्लेषण में इस्तेमाल किया जाने वाला एक शब्द है। इसका इस्तेमाल उन शेयरों के लिए किया जाता है जिनका बाजार मूल्य कम्पनी के कुल एसेट्स यानी सम्पत्तियां के मुकाबले काफी कम हो। इस तरह से कम्पनी के शेयरों का बाजार मूल्य कम्पनी के कुल वास्तविक एसेट्स को नहीं दर्शाता है। आमतौर पर इस तरह की कम्पनिया टेकओवर आदि का शिकार हो जाती हैं; क्योंकि इनके शेयरों के मूल्य काफी कम होते हैं और किसी भी बड़ी कम्पनी के लिए उन्हें खरीदना काफी आसान होता है। उदाहरण के रूप में देखा जाए तो कुछ कम्पनियों के पास बड़ी मात्रा में जमीन जायदाद होती है। ऐसे में उनके एसेट्स यानी सम्पत्ति का मूल्य तो काफी ज्यादा होता है लेकिन कार्यकुशलता के अभाव में कम्पनी का प्रदर्शन अच्छा नहीं रहता। वह ज्यादा मुनाफा नहीं कमा पाती है इसलिए उसके शेयरों का बाजार मूल्य कम रहता है। इस तरह की कम्पनियों के शेयरों में निवेश को एसेट प्ले कहते हैं।

एसेट वैल्यू या नेट एसेट वैल्यू (सम्पत्ति मूल्य शुद्ध सम्पत्ति मूल्य)

म्यूचुअल फण्डों, यू.टी.आई. या अन्य निवेश ट्रस्टों द्वारा इस्तेमाल किया जाने वाला इसके जरिये हर शेयर के शुद्ध मूर्त सम्पत्ति मूल्य के बारे में संकेत मिलता

है। इसकी गणना के लिए किसी तारीख विशेष या पोर्टफोलियो के बाजार मूल्यो के अनुरूप रही कुल कीमत मे स्कीम की मौजूदा यूनिटो की संख्या से भाग दे दिया जाता है। किसी म्यूचुअल फंड स्कीम की नेट एसेट वैल्यू यह बताती है कि फंड मैनेजरो ने शेयर बाजार मे कितनी कुशलता से काम किया है।

आफ्टर टैक्स (कर-बाद)

जब कोई व्यक्ति डिबेंचर, बांड या सावधि जमा जैसे किसी ऋण प्रपत्र में निवेश करता है और वह कर दाता भी होता है तो कर की अदायगी के बाद बचे लाभ को ही उसकी वास्तविक प्राप्ति माना जाता है, ब्याज की दर को नही और इसे ही कर बाद लाभ कहा जाता है।

आस्कड प्राइस (प्रस्तावित मूल्य)

वह मूल्य जिसपर किसी शेयर को किसी स्टाक एक्सचेंज में बेचने का प्रस्ताव रखा गया हो आस्कड प्राइस या प्रस्तावित मूल्य कहलाता है। यानी यह वह मूल्य है जिस पर जाबर अपने शेयर बेचेगा।

आक्शन मार्केट (नीलामी बाजार)

जब खरीदारी और ब्रिकी खुले प्रस्ताव और बोली के जरिये की जाती हो तो उसे आक्शन मार्केट कहते हैं। शेयर बाजार भी एक सीमा तक आक्शन मार्केट जैसा काम करता है लेकिन ओवर दी काउण्टर या ओ.टी.सी एक्सचेंज इससे भिन्न है, क्योंकि वहाँ मूल्य मार्केट मेकर के जरिये तय होते हैं।

बी

ब्रोकर

स्टाक एक्सचेंज मे प्रतिभूतियों के क्रय-विक्रय हेतु अधिकृत व्यक्ति या संस्था को ब्रोकर कहा जाता है, जो स्टाक एक्सचेंज संगठन के सदस्य होते हैं। ब्रोकर के माध्यम से निवेशकों की प्रतिभूतियों में कार्य करने वाले अभिकर्ता को सब-ब्रोकर कहते हैं। ब्रोकर और सब-ब्रोकर को दलाल या उप दलाल भी कहते हैं।

बुल (तेजडिया)

निकट भविष्य में शेयरों के मूल्यों में वृद्धि की आशा से भारी मात्रा में शेयर खरीदने वाले व्यक्ति को तेजडिया या बुल कहा जाता है।

बीयर (मंदड़िया)

निकट भविष्य में शेयरो के मूल्यों में गिरावट की आशका से भारी मात्रा में शेयर बेचने वाले व्यक्ति को मंदडिया कहते हैं।

बदला

जब किसी निवेशक द्वारा किसी विशिष्ट शेयर की खरीद की जाती है तो उसका भुगतान निपटान तिथि सेटिलमेण्ट डेट) तक कर देना होता है इसके निवेशक

के पास एक और विकल्प है कि वह अपने सौदे को आगामी निपटान तिथि तक टाल सकता है जिसके लिए उसे ब्याज स्वरूप कुल मूल्य का निश्चित प्रतिशत शुल्क देना पड़ता है जिसे 'बदला' कहते है। बदला दर का निर्धारण बाजार की तत्कालीन स्थिति पर निर्भर करता है।

ब्याज बदला

बाजार के किसी खिलाड़ी को दिये गये ऋण के बदले में ब्रोकर अक्सर कम्पनियों के शेयरों को जमानत के रूप में रख लेते है, इसे ब्याज बदला कहा जाता है।

बुक क्लोजिंग

जब कम्पनी अपने शेयरधारकों के नाम का रजिस्टर उन्हे कम्पनी द्वारा घोषित लाभांश, राइट अथवा बोनस देने के पूर्व बंद कर देती है या अन्य किसी कारण से जैसे वार्षिक खाताबंदी आदि से बंद करती है तो उसे 'बुक क्लोजिंग कहते है। बुक क्लोजिंग के दौरान किसी भी प्रकार का शेयर हस्तान्तरण पंजीकृत नहीं किया जा सकता है। यदि कोई शेयरधारक बुक क्लोजिंग के पूर्व शेयरो को अपने नाम से पंजीकृत नहीं करवाता है तो वह कम्पनी द्वारा घोषित लाभांश, राइट अथवा बोनस से वंचित रह जाता है तथा ऐसे शेयर स्टाक एक्सचेंज में भी डिलिवरी के योग्य नहीं रहते हैं।

बुक वैल्यू

कम्पनी द्वारा अर्जित शुद्ध लाभ की पूरी राशि का भुगतान लाभांश के रूप में शेयरधारकों को नहीं किया जाता बल्कि इसका एक भाग रिजर्व फण्ड के रूप में रख लिया जाता है जिस पर भी शेयरधारकों का हक होता है। इस प्रकार संचित कोष जितना अधिक होगा, कम्पनी के शेयर की बुक वैल्यू भी उतनी ही अधिक होगी। बुक वैल्यू की गणना इस प्रकार की जाती है–

$$\frac{\text{कम्पनी की कुल इक्विटी शेयर पूंजी + संचित कोष}}{\text{इक्विटी शेयरों की कुल संख्या}}$$

किसी कम्पनी के शेयर की बुक वैल्यू जितनी अधिक होगी, उसे आर्थिक रूप से उतना ही सुदृढ़ माना जाता है तथा भविष्य में बोनस शेयर जारी करने की सम्भावना भी उतनी अधिक होती है।

बूम

शेयर बाजार में 'तेजी' की उस स्थिति को 'बूम' कहते हैं जब शेयरों में बढ़ी हुई माँग के कारण शेयर के मूल्यो में भारी वृद्धि होती है।

बिलो पार

किसी शेयर को शेयर प्रमाण-पत्र पर अंकित मूल्य से कम मूल्य पर बेचा जाना अथवा जारी किया जाना ही 'बिलो पार' विक्रय कहलाता है। उदाहरण के लिए 10 रुपये अंकित मूल्य का शेयर 6 रुपये में दिया जाना या बेचा जाना 'बिलो पार' कहलाएगा।

बैड डिलीवरी

जब शेयरों के क्रय-विक्रय के लिए शेयर प्रमाण-पत्र का हस्तान्तरण अनुबन्ध पत्र के साथ दलाल को कर दिया जाता है, किन्तु उनमें किसी प्रकार की अपूर्णता रह जाती है या खाना पूर्ति में कोई कमी रह जाती है तो उनकी इस प्रकार की डिलीवरी को 'बैड डिलीवरी' कहा जाता है।

ब्लू चिप

यह एक अमेरिकन शब्द है जिसका प्रयोग उन प्रमुख लोकप्रिय कम्पनियों के शेयरों के लिए किया जाता है जो पिछले अनेक वर्षों से निरन्तर प्रगति के मार्ग पर चल रहे है तथा जिनका भविष्य उज्जवल एवं आशाजनक है। उन कम्पनियों के शेयर मूल्यों पर अल्पकालिक मन्दी का बहुत अधिक प्रभाव पड़ने की आशा नहीं होती। ब्लू चिप्स में निवेश काफी सुरक्षित माना जाता है।

ब्लू बटन

इस शब्दावली का प्रयोग लन्दन स्टॉक एक्सचेंज के अधिकृत क्लर्क के लिए किया जाता है; क्योंकि यह क्लर्क अपने कोट पर नीले रंग का बैज लगाकर पहनता है।

बिड

अंग्रेजी भाषा के शब्द 'बिड' का हिन्दी मे शाब्दिक अर्थ है– बोली। एक कम्पनी की समस्त पूँजी अथवा उसके एक बड़े भाग को खरीदने के लिए किए गए प्रस्ताव को बिड कहा जाता है। इस शब्द का उपयोग एक दी हुई कीमत पर बिक्री के लिए रखी गयी वस्तु को खरीदने के प्रस्ताव के लिए भी किया जाता है।

ब्रेक अप वैल्यू

एक निवेशक द्वारा धारित शेयरों का स्टाक एक्सचेंज की वर्तमान कीमतों पर मूल्य ही 'ब्रेक अप वैल्यू' कहलाता है।

बाई एण्ड होल्ड

शेयरों की खरीदारी की यह एक शैली या रणनीति है जिसके तहत किसी एक खास कम्पनी के शेयरों को थोड़ी-थोड़ी संख्या में लगातार कई वर्षों तक खरीद कर रखा जाता है। मुनाफा होने पर निवेशक को इस पर दीर्घकालिक कैपिटल गेन टैक्स का भी लाभ मिलता है। इस रणनीति के तहत दूसरे सक्रिय शेयरों के मुकाबले इस पर लोगों का ध्यान कम जाता है।

बाइंग क्लाइमेक्स

शेयरों की भावों में तेजी का यह वह उत्कर्ष बिदु है जहाँ से शेयरो के भाव अचानक तेजी से नीचे आने लगते हैं।

बोनस इश्यू

जब किसी कम्पनी के मुक्त भण्डार काफी ज्यादा हो जाते हैं तो वह इसका इस्तेमाल करने के लिए मौजूदा शेयरधारकों को उनके हिस्से के अनुपात में बोनस शेयर जारी

कर देती है ताकि भण्डार को इक्विटी मे बदला जा सके। बोनस शेयर मुफ्त में दिये जाते है। चूँकि शेयरधारको की सख्या उतनी ही रहती है और कम्पनी की हिस्सेदारी का चरित्र भी वही रहता है, इसलिए बोनस शेयर से कम्पनी पर शेयरधारक के स्वामित्व मे कोई इजाफा नहीं होता। बोनस शेयरो के एक इश्यू के बाद सामान्य तौर पर कम्पनी के शेयरो का मूल्य, इश्यू के अनुपात में ही कम हो जाता है। हालाकि, चूँकि लाभाश की दर बरकरार रखी जाती है इसलिए शेयरधारक को बढ़ी हुई होल्डिंग पर ज्यादा आय होती है। ऐसे मे अगर शेयर का मूल्य बढ़ जाय तो उसकी आय में और वृद्धि हो जाती है।

बीटा कोफिशिएंट या बीटा फैक्टर

यह बाजार की सामान्य चाल की तुलना मे किसी शेयर विशेष या शेयरों की किसी श्रेणी के प्रदर्शन का मापदण्ड है। अगर किसी शेयर का बीटा फैक्टर एक है तो इसका मतलब यह होता है कि उसके मूल्य मे होने वाली वृद्धि या गिरावट बिल्कुल बाजार की चाल के अनुरूप है। अगर किसी शेयर का बीटा फैक्टर 2 है तो यह माना जाएगा कि उसके मूल्य और बाजार के उठने-गिरने में दूना अन्तर है यानी अगर बाजार मे 10 फीसदी वृद्धि होती है तो शेयर में 20 फीसदी वृद्धि होगी और अगर बाजार मे 10 फीसदी गिरावट होती है तो उसके मूल्य मे 20 फीसदी गिरावट होगी।

बिड स्प्रेड

बिड प्राइस यानी प्रस्तावित मूल्य और आस्कड प्राइस यानी मागे गये मूल्य के अतर के बिड स्प्रेड कहते हैं।

बेसिस प्राइस (आधारभूत मूल्य)

जब कोई निवेशक अपने शेयर या बॉण्ड को बेचता है तो वह जिस मूल्य के आधार पर अपने पूजीगत लाभों की गणना करता है, उसे बेसिस प्राइस या आधारभूत मूल्य कहते हैं।

बीटा शेयर

वह शेयर जो सूचीबद्ध तो हो लेकिन जिसका कारोबार नियमित न हो, बीटा शेयर कहलाता है। कम इक्विटी वाली कम्पनियो के शेयर सामान्यत: इसी श्रेणी में आते हैं।

बॉटम फिशर

वह निवेशक जो एसे शेयरों की तलाश म होता है जा काफी गिर चुके हैं, यहाँ तक कि अपने सम मूल्य से भी नीचे। वह ये शेयर इस उम्मीद में खरीदता है कि लगभग दिवालिया हो चुकी कम्पनियों की स्थिति कभी तो सुधरेगी। इसे बॉटम ट्रॉलर भी कहा जाता है।

ब्लैंक ट्रांसफर

शेयर का एसा ट्रांसफर जिसमे शेयर ट्रांसफर फार्म में शेयर पाने वाले का नाम खाली छोड़ दिया जाता है। जिस व्यक्ति को अपने शेयर तुरंत बेचते होते हैं वह ब्लैंक ट्रांसफर

फार्म पर दस्तखत करके ब्रोकर को दे देता है।ऐसा उस स्थिति में भी किया जाता है जहाँ शेयर गिरवी रखे जाते हैं। भुगतान न होने की स्थिति में जिस व्यक्ति के पास शेयर गिरवी रखे जाते हैं, वह शेयर पाने वाले के स्थान पर अपना नाम लिखकर शयर बेच सकता है।

बाय ऑन मार्जिन

शेयर ब्रोकर अक्सर अपने पास एक मार्जिन अकाउंट रखते है। कई बार ऐसा होता है कि जब ग्राहकों के पास पैसे की तंगी होती है तो वे ब्रोकर से उस अकाउट से पैसा उधार लेकर शेयर खरीद लेते हैं। इसे बाय ऑन मार्जिन कहा जाता है।

बियरर बांड

एक ऐसा बांड जिस पर उसके स्वामी के नाम का उल्लेख नहीं होता और जो उसे उस प्रॉमिसरी नोट की तरह होता है जिसका परिपक्वता के समय ऐसा कोई भी व्यक्ति विमोचन करवा सकता है, जिसके पास उस वक्त वह हो, बियरर बांड कहलाता है।

बेलवेदर स्टॉक

'बेलवेदर' का शाब्दिक अर्थ होता है– वह भेड़ जो अपने झुण्ड का नेतृत्व करती हो। उसके गले में सामान्यत: घण्टी बंधी होती है। शेयर बाजार में जो शेयर बाजार के नेतृत्व की क्षमता हासिल कर लेता है उसे बेलवेदर स्टॉक कहते हैं। अगर उसके दामों में वृद्धि होती है तो माना जायेगा कि बाजार ही उठ रहा है और उसके दामो म गिरावट आती है तो माना जायेगा कि बाजार लुढ़क रहा है।

बैकवर्डेशन (ऊंधा बदला)

जब कोई मंदड़िया इस आशा में बेचना शुरू कर देता है कि निकट भविष्य में मूल्यो में गिरावट आने वाली है और वह बाद में वह डिलीवरी के लिए खरीदकर मुनाफा कमा लेगा। लेकिन उसका अनुमान गलत हो जाता है और गिरावट आती ही नहीं। ऐसे में उसके पास एक विकल्प तो यह बचता है कि वह डिलीवरी के लिए बाजार से शेयर खरीदे या फिर अपनी बिक्री को अगले सेटलमेन्ट तक के लिए आगे बढ़ा दे। इसके लिए उसे खरीदने वाले को 'ऊंधा बदला' या बैकवर्डेशन शुल्क का भुगतान करना पड़ता है।

बैक-एण्ड-लोड

यह एक प्रकार का विमोचन शुल्क है जो ऐसे निवेशक को तब अदा करना पड़ता है जब तक परिपक्वता की नियत तारीख से पहले ही अपना धन वापस खींचना चाहता है। यह वस्तुत: निवेशकों को समय से पहले विमोचन करवाने से हतोत्साहित करने के लिए गढा गया उपाय है।

बैलेंस शीट

किसी कम्पनी की वित्तीय स्थिति का ब्यौरा, बैलेस शीट के रूप में प्रदर्शित किया जाता है। इसमें आंकलन वर्ष के अंत में कम्पनी की सम्पत्तियों और उसकी देनदारियो का

विवरण दिया जाता है। सम्पत्ति के तहत अचल सम्पत्तियों, निवेश, मौजूदा सम्पत्तियां, दिये गये ऋण आदि आते हैं। देनदारियों के तहत शेयरधारक के फण्ड (इक्विटी पूंजी और आरक्षित धन), लिये गये ऋण, चालू देनदारियो और प्रावधान आते हैं।

बैलून मेच्योरिटी (लम्बी परिपक्वता)

इसका आशय दीर्घकालिक निवेश या डिपाजिटों से होता है। इस निवेश से भुगतान काफी समय बाद होता है।

सी

कैपिटल मार्केट (पूंजी बाजार)

वे स्रोत जिनसे कम्पनियों की स्थापना और उनके सुचारू विकास के लिए लम्बी अवधि के वास्ते पूंजी उगाही जा सके, कैपिटल मार्केट या पूंजी बाजार कहलाते हैं।। शेयर बाजार भी पूंजी बाजार का एक हिस्सा होते हैं। पूजी बाजार और मुद्रा बाजार (जिन्हे मनी मार्केट भी कहा जाता है।) के बीच काफी अन्तर होता है। मुद्रा बाजार के तहत बैंक और अल्पकालिक ऋण देने वाली अन्य संस्थाएँ आती हैं।

कॉल मनी

कम्पनी द्वारा कुल शेयर मूल्य का एक भाग शेयर आवेदन-पत्र के साथ लिये जाने के बाद शेष भाग अपने शेयरधारकों से आगामी निश्चित तिथियों तक किश्तो में माँग करने को ही 'कॉल' कहा जाता है, इस प्रकार से माँगी गई धनराशि को 'कॉल मनी' कहते हैं।

कैपिटलाइजेशन (पूंजीकरण)

किसी लिमिटेड कम्पनी के फ्री रिजर्वों यानी मुक्त कोषों को, बोनस इश्यू जारी करके पूंजी में बदल देना कैपिटलाइजेशन या पूंजीकरण कहलाता है।

कैपिटव फंड

कैपिटव फंड, उस जोखिम पूंजी फंड को कहते हैं जिस पर अकेले व्यवसायी के बजाय एक बड़ी संस्था का स्वामित्व होता है।

कैपिटल लॉस (पूंजीगत हानि)

जब अपने निवेश को या जिस सम्पत्ति में निवेश किया जाना है उसे, उसके खरीद मूल्य से कम पर बेचा जाए तो होने वाले नुकसान को कैपिटल लॉस कहा जाता है। अगर बिक्री खरीद के एक साल के भीतर ही कर दी जाए तो उसे अल्पकालिक हानि कहेंगे और सकल बिक्री खरीद के एक साल के बाद हो, तो उसे दीर्घकालिक हानि कहेंगे। आयकर रिटर्न में दीर्घकालिक पूंजीगत हानि का समायोजन सिर्फ दीर्घकालिक पूंजीगत लाभों में ही किया जा सकता है जबकि अल्पकालिक पूजीगत नुकसान, अल्पकालिक पूंजीगत लाभ के बदले भी समायोजित किये जा सकते हैं और अन्य स्रोतों से होने वाली चालू आय के बदले भी।

कज्यूमर कैपिटलिज्म (उपभोक्ता पूंजीवाद)

शेयरधारकों को निजी क्षेत्र के शेयर खरीदने के लिए प्रोत्साहित करने की नीति कज्यूमर कैपिटलिज्म या उपभोक्ता पूजीवाद कहलाती है। 1980 के दशक में ब्रिटेन में मारग्रेट थैचर की कंजरवेटिव सरकार ने शुरूआत मे मूल रूप से इसी नीति को अपनाया था।

कांटीजेंट ऑर्डर

निर्दिष्ट मूल्यों वाला खरीद या बिक्री का एक ऐसा ऑर्डर जिसका निष्पादन, किसी दूसरे ऑर्डर के निष्पादन पर निर्भर करता हो कांटीजेंट ऑर्डर कहलाता है। जैसे कोई अपने ब्रोकर से कहे कि वह 'क' कम्पनी के शेयर बेचकर 'ख' कम्पनी के शेयर खरीद ले। ऐसे में 'ख' कम्पनी के शेयर तभी खरीदे जाएंगे जब 'क' कम्पनी के शेयर बेचे जाएं।

कैपिटल इश्यू

किसी कम्पनी द्वारा जारी किया गया इश्यू चाहे वह नया इश्यू हो या प्रीमियम इश्यू हो या राइट्स इश्यू हो, कैपिटल इश्यू कहलाता है।

कॉट्रेरियन शेयर

वह शेयर जो शेयर बाजार की सामान्य दिशा से उलटी दिशा में चलता हो कॉट्रेरियन शेयर कहलाता है। उदाहरण के लिए अगर बाजार में तेजी है तो उस शेयर का भाव गिरेगा और अगर बाजार मे मंदी आती है तो उस शेयर का भाव उठेगा। कॉट्रेरियन उस निवेशक को कहते हैं जो आम धारणा के विपरीत चलता हो। वह इस बात को मानता है कि बाजार सामान्यतः उस दिशा में नहीं चलता जिस दिशा में चलने की अपेक्षा ज्यादातर लोग रखते है। इसलिए वह आम मत के विपरीत काम करता है। उसकी धारणा इस तर्क पर निर्भर है कि जब हर कोई यह कहता है कि बाजार चढ़ेगा तो वे अंधाधुंध खरीदारी करते हैं। ऐसे में कीमतें ऐसे स्तर पर पहुँच जाती हैं जहाँ से वे गिरती ही हैं। इसी तरह जब सारे लोग यह कहते हैं कि बाजार गिरेगा तो वे शेयर बेचना शुरू कर देते हैं। कीमतें इतनी गिर जाती हैं कि वे फिर चढ़ती ही हैं।

कनवरटिबल डिबेंचर (परिवर्तनीय डिबेंचर)

तय ब्याज वाले ऐसे जमानती ऋण प्रपत्र जिन्हें एक तारीख विशेष पर, शेयरों की एक तय संख्या से बदल दिये जाने का प्रावधान होता है, कनवरटिबल डिबेंचर कहलाते हैं। यह कनवरजन या तो सम मूल्य पर होता है या प्रीमियम पर। जब इस ऋण प्रपत्र का सिर्फ एक हिस्सा भर शेयरों में बदला जाता है तो उसे पार्टली कनवरटिबल डिबेंचर या आंशिक रूप से परिवर्तनीय डिबेंचर कहते हैं और जब डिबेंचर की पूरी ही राशि को शेयरों में बदल दिया जाता है तो उसे फुल्ली कनवरटिबल डिबेंचर यानी पूर्णतः परिवर्तनीय डिबेंचर कहा जाता है।

कम डिविडेंड या सीडी

यह एक प्रकार का शेयर है और इसको खरीदने वाले व्यक्ति को पिछले साल का लाभांश पाने का भी अधिकार होता है। लेकिन अगर कम्पनी इन शेयरों को एक्स-डी

यानी लाभांश रहित घोषित कर दे तो यह अधिकार भी समाप्त हो जाता है।

कम राइट्स या सीआर

कम राइट शेयर खरीदने वाला व्यक्ति कम्पनी द्वारा घोषित किये जाने वाले अगले राइट इश्यू का हकदार होता है। लेकिन इस अधिकार के इस्तेमाल के लिए एक अवधि निर्धारित होती है। इसके बाद ये शेयर एक्स राइट हो जाते है। यानी राइट इश्यू सब्सक्राइब कर सकने का शेयरधारक का अधिकार खत्म हो जाता है।

कनवरजन

किसी डिबेंचर या उसके परिवर्तनीय हिस्से के बदले में एक तय संख्या में कुछ शेयरो का उनके सममूल्य पर या प्रीमियम पर आवटन कनवरजन कहलाता है।

कंसोर्टियम बैंक

एक ऐसा बैंक जिसके शेयरधारक अन्य बैंक ही हो, कंसोर्टियम बैंक कहलाता है।

कॉण्टैंगो

भारतीय शेयर बाजारों में इसे 'सीधा बदला' कहा जाता है। जब कोई तेजड़िया इस उम्मीद में खरीदता है कि भावों में जल्दी ही तेजी आने वाली है, लेकिन सेटलमेण्ट अवधि के बाद उसे पता चलता है कि मूल्य बढ़े नहीं हैं तो वह या तो शेयरों की कीमत चुकाकर डिलीवरी ले लेता है या फिर इस सौदे को अगली सेटलमेण्ट अवधि तक के लिए खिसका देता है और इसके लिए बेचने वाले को शुल्क या 'सीधा बदला' का भुगतान कर देता है। इस बदले की फाइनेंसिंग 'बदलीवाला' करता है।

साइक्लिक शेयर (चक्रीय शेयर)

वे शेयर जो अर्थव्यवस्था की दशा के अनुरूप (जैसे– निर्माण, वाहन, सीमेन्ट और इंजीनियरिंग उद्योगों में लगी कम्पनियों के शेयर) या अन्तर्राष्ट्रीय आर्थिक स्थितियों के साथ (जैसे– जहाजरानी, उड्डयन, पर्यटन के क्षेत्र में लगी कम्पनियों के शेयर) या फिर वे जो प्राकृतिक घटनाओं के अनुरूप (जैसे– खाद या चाय के क्षेत्र में लगी कम्पनियो के शेयर) उठते-गिरते रहते हों, साइक्लिक या चक्रीय शेयर कहलाते हैं। नॉन साइक्लिक या गैर-चक्रीय शेयर वे होते हैं जो इन सब कारकों से अप्रभावित रहते है, जैसे– दवा, बीमा और बहुत से उपभोक्ता उत्पाद क्षेत्र मे लगी कम्पनियों के शेयर।

कवर

(1) किसी कम्पनी के आरक्षित कोषों में स्थानातरित कर दिये गये अवितरित लाभाश व कुल वितरित लाभांश के बीच का अनुपात कवर कहलाता है। (2) ऋण, जमानती व गैर जमानती डिपॉजिटों, डिबेंचरों और कम्पनी की कुल आय के बीच का अनुपात भी कवर ही कहलाता है।

करेक्शन (सुधार)

किसी खास शेयर या शेयरों में समग्र तौर पर एक छोटा लेकिन तेज परिवर्तन

नीचे की दिशा में। शेयर की कीमतें अक्सर एकदम से ऊपर या नीचे नहीं जातीं। यह शेयरो की सामान्य प्रवृत्ति होती है। लेकिन बाजार की मूल प्रवृत्ति के विपरीत अगर किन्हीं परिस्थितियों मे लम्बे समय तक शेयरो की कीमतं निरंतर तेज होती रहें या फिर निरंतर गिरती रहे तो यह माना जाता है कि एक स्थिति में जाकर उनमें परिवर्तन आना निश्चित है। इस परिवर्तन को ही करेक्शन कहा जाता है। यानी शेयरों का सामान्य अवस्था में लौट आना। करेक्शन के बतौर आया परिवर्तन छोटा ही होता है लेकिन बाजार के लोग इसके बारे में पहले से ही अनुमान लगाकर चलते हैं। उदाहरण के तौर पर भारत मे हाल ही में आयी शेयर बाजारों की मदी या यूरोप के बाजारो में असामान्य रूप से आयी तेजी को लिया जा सकता है। दोनों ही स्थितियों मे करेक्शन अपेक्षित है।

कवर्ड कॉल

भविष्य की किसी तारीख में कुछ शेयरों को एक तय मूल्य पर बेचने के लिए किया गया अनुबन्ध कवर्ड कॉल कहलाता है।

क्यूमलेटिव प्रिफरेंस शेयर (संचयी वरीयता प्राप्त शेयर)

जब किसी वर्ष मे कम्पनी को लाभ प्राप्त नहीं होता किन्तु आगामी वर्षों में लाभ प्राप्त हो जाता है तो ऐसे शेयरो पर पिछले वर्ष के लाभांश का भी भुगतान चालू वर्ष मे कर दिया जाता है।

क्लियरिंग हाउस (समाशोधन गृह)

यह शेयर बाजार का वह स्थान अथवा हाल है, जहाँ शेयरों तथा प्रतिभूतियों का दैनिक कारोबार होता है। यहाँ सामान्य व्यक्ति का प्रवेश प्रतिबंधित होता है केवल दलाल ही अपने अधिकृत सहायकों के साथ जा सकता है।

करेण्ट यील्ड

किसी भी शेयर या डिबेंचर के फेस वैल्यू पर मिले वार्षिक लाभांश या ब्याज को उसके बाजार मूल्य से विभाजित करने पर करेण्ट यील्ड की गणना की जाती है।

कण्ट्रेरियन इन्वेस्टर

जब अधिकांश निवेशक किसी खास समय पर जो कार्य करते हैं उसके ठीक प्रतिकूल कार्य करने वाले को कण्ट्रेरियन इन्वेस्टर कहते हैं। यदि सभी लोग किसी खास घटना के होने को पक्का मानते हैं तो कण्ट्रेरियन निवेशक उसका होना नहीं मानता है। आम निवेशक बाजार मे तेजी आने की धारणा के साथ खूब जमकर निवेश करते हैं और उनकी अतिरिक्त खरीद-शक्ति समाप्त हो जाती है। ऐसे समय में बाजार पीक पर पहुँच जाता है। उसके बाद गिरावट आने लगती है। इसी प्रकार बाजार गिरने की आशंका में जब बिकवाली काफी बढ़ जाती है तब बाजार टूटकर नीचे आ जाता है। ऐसे मे कण्ट्रेरियन निवेशक गिरे भावों पर खरीददारी कर भविष्य मे मुनाफा कमाता है

कैट्स एण्ड डाग्स

ऐसे सटोरिये शेयर जिनकी बिक्री, आय और लाभाश भुगतान का इतिहास कमजोर हो उसे 'कैट्स एण्ड डाग्स' कहते हैं। जब ऐसे शेयरों में अचानक काफी तेजी आनी शुरू हो तब यह मानना चाहिए कि यह तेजी के बाजार का अंतिम चरण है। ऐसे अवसर पर निवेशकों को काफी सजग होकर निवेश करना चाहिये।

क्रैश

शेयरों के मूल्यों में तेज गिरावट की स्थिति को 'क्रैश' कहते हैं। शेयर बाजार में शेयरों के भावों में आयी भारी तेजी के बाद आमतौर पर 'क्रैश' की स्थिति आती है।

कार्नरिंग द मार्केट

किसी खास शेयर के भावों पर कारगर नियंत्रण बनाये रखने के लिए उस शेयर की भारी संख्या में की गयी खरीददारी को 'कार्नरिंग द मार्केट' कहते हैं।

डी

डिविडेण्ड (लाभांश)

इक्विटी आधारित कम्पनियां जब मुनाफा कमाती हैं तब वह अपने शेयरधारकों को शेयरों की संख्या के अनुपात में जिस धनराशि का भुगतान करती हैं उसे डिविडेण्ड या लाभांश कहते हैं। यह लाभांश आमतौर पर वर्ष में एक बार दिया जाता है, किन्तु कभी-कभी कम्पनियां अपने शेयरधारकों को अंतरिम लाभांश भी देती है।

डिविडेंड यील्ड (लाभांश प्राप्ति)

प्रति शेयर मिलने वाले लाभांश को शेयर के बाजार भाव से भाग देकर सौ से गुणा करने पर जो मिले उसे लाभांश प्राप्ति या डिविडेंड यील्ड कहते हैं। उदाहरण के लिए दस रुपये के अंकित मूल्य और 230 रुपये बाजार भाव वाले एक शेयर पर मान लीजिए 50 फीसदी लाभांश की घोषणा की गयी है तो उस पर लाभांश हुआ 5 रुपये। अब लाभांश प्राप्ति के लिए गणना ऐसे करेंगे– $5/230 = 0.0217 \times 100 = 2.17\%$

डेली मार्जिन (दैनिक मार्जिन)

दैनिक आधार पर प्रतिभूतियों की खरीद अथवा बिक्री के लिए किसी सदस्य द्वारा स्टॉक एक्सचेंज में जमा करायी जाने वाली राशि दैनिक मार्जिन कहलाती है। इसे स्टॉक एक्सचेंज तय करता है। यह मार्जिन इसलिए वसूला जाता है जिससे कि अत्यधिक सट्टेबाजी पर अंकुश रखा जा सके।

डेथ वैली कर्व

वह अवधि जिसके दौरान कोई अपना काम शुरू करने के लिए स्वयं की पूंजी इस्तेमाल करने से पहले अपनी जोखिम-पूंजी का इस्तेमाल करता हो, डेथ वैली कर्व कहलाती है।

डेट-इक्विटी रेश्यो (ऋण-इक्विटी अनुपात)

इसे अमेरिका में फाइनेंशियल लेवरेज रेश्यो भी कहा जाता है। इस अनुपात की गणना

में तीन प्रक्रियाओ का इस्तेमाल होता है– (1) किसी कम्पनी की कुल देनदारियों की शेयरधारकों की इक्विटी से भाग दे दिया जाता है। (2) कम्पनी के कुल दीर्घावधि ऋण को शेयरधारको की इक्विटी से भाग दे दिया जाता है। (3) कम्पनी के कुल दीर्घावधि ऋण में वरीयता प्राप्त शेयर के सम मूल्य को जोड़कर उसे इक्विटी शेयरो के सममूल्य से भाग दे दिया जाता है।

डेजी चेन

कई बार ऐसा होता है कि शेयर बाजार के कुछ खिलाडी आपस में किसी शेयर की तेजी से खरीद-फरोख्त शुरू कर देते हैं। इससे बाजार में यह भ्रम फैल जाता है कि उस शेयर में जबरदस्त कारोबार हो रहा है और उसके मूल्य में बराबर वृद्धि हो रही है। ऐसे में निवेशक उसे खरीदने के लिए उत्सुक हो जाते है। फिर ये खिलाड़ी जल्दी से अपने शेयर उन्हें बेच देते है और निवेशकों को बाद में पता चलता है कि उन्हें मूर्ख बनाया गया है। इस पूरे खेल को डेजी चेन कहते हैं।

डे ट्रेडिंग

एक ही दिन में शेयर को खरीदना और बेचना और इस प्रक्रिया में मूल्यों के अंतर से लाभ कमाना डे ट्रेडिंग कहलाता है।

डिस्काउंट

किसी स्टॉक या बांड का अपने इश्यू मूल्य से कम भाव पर शेयर बाजार में सूचीबद्ध होना, उसका डिस्काउंट पर उपलब्ध होना कहलाता है।

डिसइनवेस्टमेंट (विनिवेश)

किसी कम्पनी में लगायी गयी पूजी को वापस खींच लेना या उसकी सम्पत्ति अथवा शेयरों को बेचकर पूंजी खड़ी करना विनिवेश यानी डिसइनवेस्टमेण्ट कहलाता है।

डिबेंचर (ऋण-पत्र)

डिबेन्चर उस प्रमाणपत्र को कहते हैं जो एक कम्पनी द्वारा ऋण के बदले जारी किया जाता है उस प्रमाणपत्र पर भुगतान की निश्चित अवधि, ब्याज की दर आदि का स्पष्ट उल्लेख रहता है। शेयरों की भाँति ही डिबेन्चरों का क्रय-विक्रय भी स्टॉक एक्सचेंज में होता है। डिबेन्चर परिवर्तनीय अथवा अपरिवर्तनीय हो सकते हैं। शेयर और डिबेंचर में मुख्य अंतर यह है कि शेयर का खरीददार कम्पनी का हिस्सेदार हो जाता है जबकि डिबेंचर का खरीददार कम्पनी का ऋणदाता बन जाता है। शेयर पर दिया गया लाभांश कम्पनी द्वारा अर्जित लाभ के आधार पर घटता-बढ़ता रहता है लेकिन डिबेंचर पर मिलने वाला ब्याज निश्चित होता है।

डिबेंचरों के प्रकार

डिबेंचर चार तरह के होते हैं, जो निम्नांकित हैं–

(1) सुरक्षित डिबेंचर– सुरक्षित डिबेंचर कम्पनी की सम्पत्ति को बंधक रखकर सुरक्षित किया जाता है, अर्थात् यदि कम्पनी दिवालिया घोषित हो जाती है या कम्पनी की

पूंजी से सूद की अदायगी संभव नहीं होती है, तो कम्पनी की सम्पत्ति को बेचकर डिबेंचर धारक को सूद का भुगतान किया जाता है। कभी-कभी कम्पनी के द्वारा इस प्रकार के डिबेंचर को वापस खरीद लेने का प्रावधान भी होता है।

(2) असुरक्षित डिबेंचर—इस प्रकार के डिबेंचर में उपर्युक्त सुरक्षा का अभाव होता है।

(3) परिवर्तनीय डिबेंचर— परिवर्तनीय डिबेंचर इस प्रकार का डिबेंचर होता है, जिसमें डिबेंचर के कुछ भागों या सम्पूर्ण डिबेंचर को, एक निश्चित अवधि के बाद, निश्चित अनुपात में शेयर के रूप में परिवर्तित कर दिया जाता है। परिवर्तनीय डिबेंचर भी दो प्रकार के होते हैं। पूर्ण और आंशिक परिवर्तनीय डिबेंचर।

(4) अपरिवर्तनीय डिबेंचर— इस प्रकार के डिबेंचरों का शेयर के रूप में परिवर्तित नहीं किया जा सकता। यहाँ उल्लेखनीय है कि निवेशकों के बीच परिवर्तनीय डिबेंचर अधिक लोकप्रिय हैं और इनकी मांग भी अधिक है।

डिलिस्टिंग

शेयर बाजारों मे शेयरो की सूचीबद्धता को कायम रखने के लिए निर्धारित नियम होते हैं। जब शेयर बाजारों में सूचीबद्ध कोई कम्पनी इन नियमो का पालन नहीं करती है तो शेयर बाजार के अधिकारी, ऐसी कम्पनियो के शेयर कारोबार को पृथक कर देते हैं। दूसरे शब्दों में इनकी सूचीबद्धता समाप्त हो जाती है। इसी को डिलिस्टिंग कहते हैं। यह सूचीबद्धता की विपरीत स्थिति है।

डिप

निरन्तर तेजी के रुख के बाद अचानक किसी शेयर के भाव मे भारी गिरावट की स्थिति को 'डिप' कहते हैं। तकनीकी विश्लेषण आमतौर पर 'डिप' की स्थिति में शेयर खरीदते हैं, जब उस शेयर का भाव काफी कमजोर होता है।

डाइल्यूशन

जब कोई कम्पनी नये शेयर जारी करते हैं तो उसके पुराने शेयरों की प्रति शेयर आय और बुक वैल्यू पर प्रभाव पड़ता है। नये शेयरों के आने से किसी खास अवधि तक कम्पनी के प्रतिशेयर आय में कमी आ जाती है, क्योंकि नये शेयर भी उसमें शामिल हो गये हैं। इसी स्थिति को डाइल्यूशन कहते हैं।

इक्विटी

शेयरों के रूप में किसी कम्पनी में हिस्सेदारी जो निवेश के अन्य विकल्पों जैसे— सोना, चल-सम्पत्ति, डिबेंचर, सावधि जमा, म्युचुअल फण्डों में इकाइयां सरकारी बॉण्ड आदि से भिन्न होती है। सामान्य शेयरों के पर्यायवाची के रूप में इक्विटी शब्द का प्रयोग किया जाता है। आशय यही है यानि आंशिक मिल्कियत यानि अंशधारिता।

इक्विटी कैपिटल (इक्विटी पूंजी)

शेयरधारकों की पूंजी इक्विटी कैपिटल कहलाती है।

इक्विटी शेयर

यह कम्पनी के सामान्य शेयर होते हैं, जिन्हें कम्पनी की सम्पूर्ण जोखिम उठानी पड़ती है। कम्पनी के लाभ में वरीयता प्राप्त शेयरों पर लाभांश देने के बाद जो शेष बचता है, उसका वितरण इक्विटी शेयरधारकों में किया जाता है। ऐसे शेयरों पर लाभांश की मात्रा निश्चित नहीं होती तथा ऐसे शेयरधारक अपने अधिकार के रूप में लाभांश का दावा भी नहीं कर सकते, किन्तु ऐसे शेयरधारक ही कम्पनी के वास्तविक स्वामी होते हैं।

अर्निंग्स यील्ड (आय प्राप्ति)

किसी कम्पनी के शुद्ध लाभ को उसके कुल शेयरों की कुल बाजार पूंजी से भाग देने पर जो प्राप्त हो उसे अर्निंग्स यील्ड यानी आय प्राप्ति कहते हैं।

इलिजिबल सिक्यूरिटीज (मान्य प्रतिभूतियां)

ऐसे शेयर, डिबेंचर और बांड जिन्हें बैंक जमानत के तौर पर स्वीकार कर लेते हैं, इलिजिबल सिक्यूरिटी या मान्य प्रतिभूतिया कहलाते हैं। गौरतलब है कि सिर्फ सूचीबद्ध शेयर ही मान्य होते हैं।

एक्स-ग्रोथ शेयर

एक ऐसा शेयर जिसके मूल्यो में भविष्य में वृद्धि या गिरावट, किसी भी तरह का कोई भी परिवर्तन होने का अनुमान न हो, एक्स ग्रोथ शेयर कहलाता है।

अर्निंग्स टू इक्विटी रेश्यो (आय का इक्विटी से अनुपात)

इस अनुपात से इस बात का सकेत मिलता है कि कोई कम्पनी अपनी पूंजी का कितनी कुशलता से इस्तेमाल कर रही है। इस अनुपात की गणना के लिए प्रिफरेंस शेयरों पर मिले लाभ पर कर चुका दिये जाने के बाद, उसमें से लाभाश को घटाकर, इक्विटी शेयर पूंजी व आरक्षित कोष के जोड से भाग देने के बाद जो बचे उसे सौ से गुणा कर दिया जाता है।

अर्निंग पर शेयर (ई.पी.एस)

कम्पनी के शुद्ध लाभ में से वरीयता प्राप्त शेयरों पर दिए जाने वाले लाभांश को घटाने के पश्चात् बचा लाभ सामान्य शेयरधारकों का होता है। इस लाभ को कम्पनी के इक्विटी शेयरों की कुल सख्या से भाग देने पर प्रति शेयर आय (ई.पी एस.) ज्ञात हो जाती है, खुले बाजार (सेकेण्डरी बाजार) में शेयर खरीदते समय प्राय. निवेशक शेयर के ई.पी एस. को ध्यान में रखते हुए ही उचित मूल्य की परिकल्पना करते है।

इक्विटी फाइनेंसिंग

आमतौर पर जब कोई कम्पनी अपने विस्तारीकरण की वित्तीय आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए नये शेयर जारी कर धन एकत्रित करती है तब उसे इक्विटी फाइनेंसिंग कहते हैं।

एक्स-बोनस

शेयरों की कीमत, घोषित बोनस के लाभ के बगैर। कम्पनी द्वारा घोषित एक रिकार्ड डेट होती है, जिसके बाद शेयर की कीमत (जो अब गिर चुकी होती है।) में बोनस शामिल नहीं होता।

एक्स-डिविडेंड

घोषित डिविडेंड यानी लाभांश के बगैर शेयर की कीमत। रिकार्ड डेट (तारीख) के बाद जो शेयर हस्तान्तरण के लिए पंजीकृत होते है, उनमें लाभांश शामिल नहीं होता और यह लाभांश पिछले मालिक के पास ही चला जाता है।

एक्स-राइट्स

एक तारीख तय होने के बाद, जिसे रिकार्ड डेट कहा जाता है, किसी शेयर के खरीदार को कम्पनी द्वारा घोषित राइट्स इश्यू के लिए आवेदन करने की आवश्यकता नहीं होती। जब कोई शेयर एक्स-राइट्स या एक्स आर. हो जाता है तो कीमतें साधारणतया गिर जाती है।

एक्स-डिविडेंड डेट

सार्वजनिक रूप से घोषित एक तारीख जिस दिन या उसके बाद खरीदार शेयर पर घोषित लाभांश का हकदार नहीं रहता। एक्स-डिविडेंड पर शेयर की कीमत आमतौर पर कम रहती है।

यूरो इक्विटी

इक्विटी शेयर, जो देश से बाहर के निवेशकों को राष्ट्रीय या विदेशी मुद्रा में बेचे जाते हैं। इन शेयरों की कीमत घरेलू एक्सचेंजो में चल रही कीमत से कम या अधिक हो सकती है।

यूरो बॉण्ड

राष्ट्रीय बाजार के बाहर, राष्ट्रीय मुद्रा या विदेशी मुद्रा में जारी किये गये बॉण्ड 'यूरो बॉण्ड' कहलाते हैं।

इथिकल इन्वेस्टमेण्ट्स (नैतिक निवेश)

गैर वित्तीय तर्कों से प्रेरित होकर किया गया निवेश, जैसे कि यह देखकर निवेश करना कि जिस कम्पनी में निवेश किया जा रहा है, कहीं वह शराब या तम्बाकू का काम तो नहीं करती या किसी बहिष्कृत देश के साथ उसके व्यापारिक सम्बन्ध तो नहीं है या वह उपयोगिता वाले उत्पादों के बजाय भोग-विलास के उत्पादन में तो नहीं लगी आदि।

इक्विटी लिंक्ड सेविंग्स स्कीम्स (इ.एल.एस.एस)

इक्विटी यानी शेयरों से सम्बन्धित बचत योजनाएँ। इसकी शुरूआत 1990 में आयकर (अब रद्द की जा चुकी है।) अधिनियम की धारा 88 सी.सी.बी. के तहत हुई थी। अब यह योजना इसी अधिनियम की धारा 80 के तहत आती है। इस तरह की योजना

की समयावधि 10 वर्ष होती है और इस योजना के तहत होने वाले किसी भी लाभ को दीर्घकालिक पूंजी लाभ माना जाता है। इन योजनाओं में आये निवेशकों के धन को शेयरों में लगाकर प्रतिफल हासिल करने के प्रयास किये जाते हैं। 10 हजार रुपये तक के मूल निवेश को भुगतान-वर्ष में निवेशक की आय मे जोड़ा जायेगा। ये योजनाएं भारतीय यूनिट ट्रस्ट, जीवन बीमा निगम और बहुत से बैंकों द्वारा चलायी जा रही है।

इम्प्लायी बॉय आउट (कर्मचारियों की खरीद)

सामान्यत: किसी कम्पनी के बंद होने की दशा में, कर्मचारियों द्वारा व्यक्तिगत रूप से शेयर खरीद लिये जाने या कर्मचारियों के किसी ट्रस्ट द्वारा शेयर खरीद लिये जाने की वजह से कम्पनी का नियंत्रण कर्मचारियो के हाथों में पहुँच जाना 'इम्प्लायी बाय आउट' कहलाता है। कर्मचारियों द्वारा प्रस्तावित मूल्य सामान्यत: उससे ज्यादा होता है जो कम्पनी के प्रबन्ध को अपनी सम्पत्तियाँ बेचने से मिल सकता है। सरकार द्वारा नियंत्रित कुछ कम्पनियों के मामले में, जिनके बंद हो जाने से बड़े स्तर पर बेरोजगारी बढ़ने की आशंकाएं होती हैं, कर्मचारियों द्वारा खरीद के प्रस्ताव रखे जाते हैं।

एफ

फ्लोर-ट्रेडर

स्टॉक एक्सचेंजों का वह सदस्य जो एक्सचेंजों में स्वयं अपने लिए कारोबार करता है। वह न तो अन्य लोगों के लिए खरीदता है, न ही दलाल के लिए बल्कि स्वयं अपने लिए खरीदने अथवा बेचने के लाभकारी अवसर देखता है।

फोर्च्यून 500

फोर्च्यून मैगजीन द्वारा अमेरिका की 500 सबसे बड़ी औद्योगिक कम्पनियों की, उनकी सम्पत्ति, शुद्ध आय, इक्विटी पूंजी, ई.पी.एस. आदि के आधार पर की जाने वाली वार्षिक लिस्टिंग। फोर्च्यून 500 कम्पनी का आशय बेहद बड़ी एवं महत्वपूर्ण कम्पनी से होता है। इस सूची में स्थान पाने को ही कम्पनियाँ बड़े गर्व की बात मानती हैं।

फ्लायी-बाय-नाइट आपरेटर्स

'आज हैं कल गायब' की प्रवृत्ति वाले आपरेटर जो निवेशकों को ठगने के बाद गायब हो जाते हैं। ऐसे लोगों की दिलचस्पी निवेशकों से रकम उगाहने तक ही सीमित रहती है।

फ्री रिजर्व्स (मुक्त निधियां)

किसी कम्पनी के संचित प्रनिधारित लाभ जो शेयरधारकों के बीच वितरण के लिए उपलब्ध होते है, फ्री रिजर्व्स कहलाते हैं। इस भण्डार में सम्पत्ति पुनर्मूल्यांकन भण्डार सम्मिलित नहीं होता है।

फंडामेण्टल एनालिसिस (आधारभूत विश्लेषण)

किसी शेयर का मूल्य निर्धारित करने वाले आधारभूत कारकों का वैज्ञानिक अध्ययन फंडामेण्टल एनालिसिस कहलाता है। विश्लेषक उद्योग का और कम्पनी की बिक्री

सम्पत्ति, जिम्मेदारियों, ऋण संरचना, आय, उत्पादों और कम्पनी के बाजार हिस्से का अध्ययन करता है, कम्पनी के प्रबन्ध का मूल्यांकन करता है और फिर शेयर के वास्तविक मूल्य का अनुमान लगाता है। आधारभूत विश्लेषण के उपकरण होते है– वित्तीय अनुपात, जिनकी गणना कम्पनी की बैलेंस शीट और लाभ व हानि के लेखे-जोखे के अध्ययन के आधार पर की जाती है। दीर्घकालीन दृष्टिकोण से निवेश करने वाले यह विश्लेषण करके ही निवेश करते हैं।

फुल्ली वैल्यूड (पूर्णतः मूल्यांकित)

वह शेयर जो ऐसा मूल्य प्राप्त कर चुका है जिसमें कम्पनी की आधारभूत शक्ति (वर्तमान और भविष्य की अर्जन क्षमता) को पूरी तौर पर समाहित कर लिया गया है। अगर उसका मूल्य और ऊँचा उठता है तो शेयर अधिमूल्यित हो जाएगा और अगर उसका मूल्य नीचे गिरता है तो शेयर अधोमूल्यित हो जाएगा।

फाइनेंशियल एनालसिस (वित्तीय विश्लेषण)

किसी भी कम्पनी के वित्तीय आंकडों और अनुपातों द्वारा उसकी कार्यकुशलता के मूल्यांकन को वित्तीय विश्लेषण कहा जाता है। इस प्रकार के विश्लेषण के लिए कम्पनी की सालाना रिपोर्ट और आय-व्यय सम्बन्धी वक्तव्यों का इस्तेमाल किया जाता है। इनकी मदद से कम्पनी की भावी आय व व्यय सम्बन्धी अनुमान लगाये जाते हैं। इस तरह के अनुमानों का लाभ साधारण तौर पर कम्पनी की योजनाओं को तैयार करने में उठाया जाता है। उधर निवेशक भी कम्पनी की भावी आय के अनुमानों के आधार पर कम्पनी में निवेश सम्बन्धी निर्णय ले सकते हैं। वित्तीय विश्लेषक मुख्य रूप से बिक्री, लाभ मार्जिन, शुद्ध लाभ, प्रति शेयर आय, मूल्य-आय, अनुपात आदि कई जानकारियों को सूचक के रूप में इस्तेमाल करते है। इन कसौटियों पर खरी उतरने वाली कम्पनी को निवेश के लिए उपयुक्त माना जाता है। लेकिन सभी विश्लेषण निर्दोष नहीं होते। विश्लेषण का सही होना काफी कुछ विश्लेषक की काबिलियत पर निर्भर करता है। भविष्य के लिए किये गये अनुमान समय के साथ परिस्थितियां बदलने पर बदल भी सकते है।

फ्लोटिंग स्टॉक

किसी कम्पनी के उन शेयरो की संख्या, जिनका स्टॉक एक्सचेंजों में कारोबार होता है, फ्लोटिंग स्टॉक कहलाती है। यह सामान्यतः जारी किये गये शेयरों की संख्या का कुछ हिस्सा होता है।

फ्लोटेशन

किसी नयी कम्पनी के लिए, लोगों के सामने शेयर खरीदने का खुला प्रस्ताव रखकर या प्राइवेट प्लेसमेण्ट के जरिये, जरूरी पूंजी उगाहने का काम फ्लोटेशन कहलाता है। जब कोई कम्पनी पहले ही एक निजी कम्पनी के रूप में बाजार में होती है, लेकिन वह अपना विस्तार करना चाहती है और सार्वजनिक बनाना चाहती है तब फ्लोटेशन की प्रक्रिया के जरिये ही वह किसी मर्चेंट बैंकर अथवा किसी वित्तीय संस्था के पास जाती है, जो फिर लोगों के सामने शेयर खरीदने का प्रस्ताव रखती है।

फुल्ली कन्वर्टेबुल डिबेंचर (पूर्ण परिवर्तनीय डिबेंचर)

जब एक निश्चित अवधि के पश्चात् डिबेंचर अथवा ऋण-पत्र की सम्पूर्ण राशि शेयर में परिवर्तित कर दी जाती है तो उन्हे 'फुल्ली कन्वर्टेबुल डिबेंचर' या पूर्ण परिवर्तनीय ऋणपत्र कहते हैं।

फेस वैल्यू (अंकित मूल्य)

किसी कम्पनी द्वारा अपनी शेयर पूजी को जिस मूल्य के शेयरों में विभाजित किया जाता है, वह मूल्य ही शेयर प्रमाणपत्र पर अंकित किया जाता है। इस मूल्य को शेयर का फेस वैल्यू अथवा अंकित मूल्य कहा जाता है। अधिकांश कम्पनियों के शेयर का अंकित मूल्य दस रुपये होते हैं जबकि कुछ कम्पनियों के शेयर का अंकित मूल्य 50 रुपये अथवा 100 रुपये भी हैं। यदि कोई शेयर कम्पनी द्वारा प्रीमियम पर जारी किया जाता है तो वह प्रीमियम शेयर के अंकित मूल्य में शामिल नहीं होता है। इसी प्रकार डिबेंचरों तथा अन्य प्रतिभूतियों का भी अंकित मूल्य होता है।

फेल टू डिलीवर

एक ऐसी स्थिति जिसमे विक्रेता दलाल से खरीदार दलाल को प्रतिभूतियों की डिलीवरी नहीं दी है; क्योंकि उसके विक्रेता ग्राहक ने इस सम्बन्ध में गड़बड़ी कर दी है। ऐसे मे खरीदार दलाल भुगतान नहीं करता है।

फिल ऑर किल आर्डर

शेयर दलाल को कोई खास शेयर तुरन्त खरीदने या बेचने का आदेश। अगर यह आदेश तुरन्त नहीं माना जाता है, या नहीं माना जा सकता, तो उसे रद समझा जाता है।

फर्म आर्डर

किसी शेयर दलाल को दिया गया पुख्ता निर्देश कि वह ग्राहक से पुष्टि किये बगैर शेयर खरीद या बेच सकता है।

फाइनेंशियल रेशियो

किसी कम्पनी की वित्तीय सेहत का जायजा लेने के लिए एवं उसके शेयरों की स्थिति का पता लगाने के लिए कम्पनी के विभिन्न वित्तीय आकड़ों के रिश्ते / इनमें ज्यादा महत्वपूर्ण है– चालू अनुपात, पी.ई. रेशियो (मूल्य अर्जन अनुपात), इक्विटी अनुपात पर आय, पे आउट अनुपात, प्राइम बुक वैल्यू अनुपात, कर पूर्व लाभ और बिक्री का अनुपात आदि। खातों के जिन आंकड़ों की मदद से इन अनुपातों का पता लगाने में मदद मिल सकती है, वे है– बुक-वैल्यु, लाभांश कवर, चालू प्राप्ति, प्रति अर्जन आदि।

फिक्स इन्कम इन्वेस्टमेण्ट

सावधि जमा, अपरिवर्तनीय डिबेंचर, मासिक आय योजनाएँ या अन्य किसी प्रकार के सरकारी बाण्ड अथवा प्रमाण-पत्र, जिन पर तय ब्याज दर की प्राप्ति होती है। जब मुद्रा स्फीति की दर कम हो तब ये नियमित और पर्याप्त लाभ दिला सकते हैं। ऊँची

मुद्रास्फीति के समय उनके पूजीगत मूल्य के साथ-साथ उनसे होने वाली प्राप्ति मे भी कमी आ जाती है।

जी

ग्रोथ फण्ड

वह म्यूचुअल फड जो सिर्फ ऐसे इक्विटी शेयरो में निवेश करता है जिनमें पूंजी के विकास की अच्छी सम्भावनाएं होती है, ग्रोथफंड कहलाता है।

ग्रे मार्केट

अनधिकृत प्रीमियम बाजार जहाँ ऐसे शेयर खरीदे और बेचे जाते हैं जो तब तक सूचीबद्ध न हुए हों, ग्रे मार्केट कहलाता है। इस बाजार का इस्तेमाल सामान्य तौर पर शेयरों के भाव बढ़ाने में किया जाता है ताकि वे ज्यादा से ज्यादा भाव पर सूचीबद्ध हों।

ग्रेवयार्ड मार्केट

मंदीग्रस्त वह बाजार जहाँ बेचने पर निवेशकों को काफी घाटा होता है। ऐसे बाजार में निवेश करने से मजबूत स्थिति वाले निवेशक भी बचते हैं।

गिल्ट-एज्ड

यह शब्द बेहद सुरक्षित प्रतिभूतियों के लिए इस्तेमाल किया जाता है। साधारणतया सरकारी प्रतिभूतियों को गिल्ट एज्ड माना जाता है।

गन जंपिंग

ऐसी जानकारियों के आधार पर शेयरों में कारोबार करना जिनकी सिर्फ चर्चा है और सार्वजनिक रूप से आधिकारिक घोषणा जिनके बारे में नहीं हुई है।

ग्रीन मेल

ब्लैक मेल से मिलते-जुलते अर्थ वाले इस शब्द का इस्तेमाल अधिग्रहण के मामलो में किया जाता है। ग्रीनमेल के तहत होता यह है कि एक व्यक्ति किसी कम्पनी के बडी मात्रा में शेयर खरीदता है। इसके पीछे उसका उद्देश्य यह होता है कि उन शेयरो को कम्पनी की ताक में बैठे किसी व्यक्ति के हाथों में बेचकर खासा मुनाफा कमा लिया जाय या फिर उस व्यक्ति का खौफ दिखाकर कम्पनी को ही ऊँचे दामों पर उन्हे बेचकर मोटा लाभ कमा लिया जाय।

गो-गो फंड

एक ऐसा म्यूचुअल फंड जो बेहद जोखिम भरे लेकिन लाभ की अच्छी संभावनाओं वाले शेयरों में निवेश करता हो, गो-गो फंड कहलाता है।

ग्रोथ-शेयर

तेजी से बढ़ती उन कम्पनियों के शेयर, जो उद्योग के मुकाबले प्रति शेयर औसत आय से ऊँची और बढ़ती हुई आय दर्ज कराते हैं। दीर्घकालिक निवेश के लिए ये अच्छे

विकल्प हो सकते हैं, हांलाकि ऐसे शेयरों की वर्तमान प्राप्ति, उनके ऊँचे पी/ई अनुपात की वजह से महत्वहीन हो सकती है।

गुड डिलीवरी (अच्छी सुपुर्दगी)

हस्तांतरण की सभी शर्तों को पूरा करती हुई शेयर प्रमाण-पत्रों की ऐसी सुपुर्दगी जिसमे पूरे और साबुत यानी बिना किसी टूट-फूट के प्रमाण-पत्र व जरूरी एंडोर्समेण्ट संलग्न रहते हैं तथा उन पर हस्तांतरणकर्ता के वैसे ही हू-बहू हस्ताक्षर रहते है, जैसे कि कम्पनी के पास पजीकृत होते हैं आदि।

गोइंग पब्लिक (सार्वजनिक बनाना)

किसी निजी कम्पनी द्वारा पब्लिक इश्यू जारी करके, अपने शेयरों को लोगों में बेचने का प्रस्ताव रखना। निजी कम्पनियाँ ऐसा अपना पूंजी आधार बढाने के लिए करती हैं। पब्लिक इश्यू के बाद कम्पनी के शेयर बिक्री-योग्य हो जाते है, बशर्ते स्टॉक एक्सचेंज की लिस्टिंग की शर्तें पूरी कर दी गयी हों।

ग्रोथ रेट (विकास दर)

किसी कम्पनी की विकास पर उसकी पूर्व की उपलब्धि के मुकाबले बड़ी आय के रूप मे मापी जाती है और इसे प्रतिशत में व्यक्त किया जाता है। विकास दर किसी शेयर का मूल्य निर्धारित करती है।

ग्रेट क्रैश

2 अक्टूबर, 1929 को न्यूयार्क स्टॉक एक्सचेंज मूल्य-सूचकांक 49 बिंदु नीचे गिरा, फिर अगले ही दिन 43 बिंदु और नीचे गिरा। शेयरों के मूल्य 8 जुलाई, 1932 तक बराबर गिरते ही गये, 8 जुलाई 1932 को सूचकांक 41 तक पहुँचा, जो सितम्बर 1929 के 381 के चरमोत्कर्ष 10.76% पर था। मंदी के सभी लक्षण अपने चरम पर दिखायी दे रहे थे। अकेले 29 अक्टूबर, 1929 के दिन 16, 410, 030 गिरे-पड़े मूल्यों पर एक हाथ से हाथों में पहुँचे लाखों लोग बेरोजगार हो गये। हजारों फैक्ट्रियाँ बंद हो गयीं। करीब 5000 बैंक फेल हो गये और अमेरिका अपने दुर्भाग्यशाली आर्थिक विनाश के दौर मे पहुँच गया। परिणामस्वरूप शेयर बाजार को नियंत्रित करने के लिए कानूनी तौर पर सुधारात्मक अधिनियम बनाये गये।

ग्रेट डिप्रेशन

1929 में अमेरिका में हुए ग्रेट क्रैश के बाद हुए लगभग एक दशक तक वहाँ मंदी व्याप्त रही। व्यापारिक घाटे, वृहद् स्तर पर फैली कंगाली, जबरदस्त बेरोजगारी और जीवन के स्तर में आयी घोर गिरावट को ग्रेट डिप्रेशन के नाम से जाना जाता है।

ग्लैमर स्टॉक

जो शेयर संस्थानों और आम निवेशकों में खरीदारी के लिए लोकप्रिय होते हैं, 'ग्लैमर स्टॉक' कहलाते हैं। इन पर निवेशकों को अन्य शेयरों के मुकाबले अच्छा फायदा भी होता है। जब कभी बाजार में तेजी आती है तब इन पर अच्छा लाभ मिलता है।

ग्रेटर फूल थ्योरी

जब कोई एक शेयर या पूरा शेयर बाजार अपने पूरे भाव या अपेक्षा से ऊपर के भावो पर रहता है तब कोई निवेशक सट्टेबाजी के लिए कोई शेयर इस विश्वास के साथ खरीदे कि वह ऊंचे मूल्य पर ऐसे शेयरों को बेचकर मूर्ख बनायेगा तो इस प्रक्रिया को 'ग्रेटर फूल थ्योरी' कहते है। यह तेज बाजार का अतिम चरण होता है।

ग्लोबल डिपाजिटरी रिसीट (जी.डी आर)

जी. डी. आर का उद्‌भव 1927 में पश्चिमी देशो के कैपिटल मार्केट में हुआ था। शुरूआती दौर में संयुक्त राज्य अमेरिका मे जिन स्टॉक एक्सचेजों में शेयरो की लिस्टिंग नहीं थी, उनमें कारोबार हेतु कम्पनियो ने अपने शेयरो के समकक्ष अमेरिकन डिपाजिटरी रिसीट का प्रचलन किया। इसी दौरान अमेरिका से बाहर (यूरोप में) स्टॉक एक्सचेजों मे इनका प्रचलन इण्टरनेशनल डिपाजिटरी रिसीट (आई डी आर.) के नाम से हुआ। 1990 में अमेरिका के सिक्यूरिटीज एक्सचेंज कमीशन ने इस सम्बध में व्यापक परिवर्तन किये तथा तभी से आई डी.आर की जगह जी.डी आर ने ले ली। जी.डी.आर. एक डालर में अंकित विषय है जिसकी खरीद-बिक्री सयुक्त राज्य अमेरिका या यूरोप के स्टॉक एक्सचेंज में होती है। यह किसी कम्पनी के इक्विटी शेयरो के समकक्ष जारी होती है। जी.डी आर अन्तरराष्ट्रीय बाजार में कम्पनी के शेयरो का प्रतिनिधित्व करती है। जी.डी.आर का यूरोपीय अमेरीकन मार्केट में कोटेशन खरीद-बिक्री डालर मे होता है लेकिन किसी भारतीय कम्पनी के इक्विटी शेयर का मूल मूल्य-वर्ग जी डी.आर. पर रुपये में अंकित होता है। इक्विटी शेयर के मुकाबले जी.डी.आर. जारी करने में एक्सचेंज का जोखिम नहीं होता है। वसूल की गयी विदेशी मुद्रा का लाभ कम्पनी उठाती है। भारतीय कम्पनियो को लाभाश का भुगतान रुपये में करना पडता है। डिपाजिटरी निवेशको को डालर में भुगतान करती है और अन्तत अन्तरराष्ट्रीय बाजार में कम्पनियो की साख बनाती है जिससे विदेशियों को भारतीय बाजार में निवेश करने का अवसर मिलता है।

एच

हैवी मार्केट

जब बाजार में बिक्री वाले शेयरों की संख्या ज्यादा हो और खरीदारों की संख्या कम हो जिससे बाजार मे शेयरों का मूल्य गिर रहा हो, हैवी मार्केट कहलाता है।

होम रन

कम अवधि में किसी निवेशक द्वारा ज्यादा लाभ कमाना। उदाहरण के तौर पर निवेशक ने हाल ही टेकओवर की गयी कम्पनी की बड़ी संख्या में शेयर खरीदे। ऐसे निवेशक ने होम रन किया है। यह शब्द बेस बॉल से आया है।

काफी ऊंचे मूल्य वाला ऐसा शेयर जिसमें जम कर सट्टेबाजी होती हो और जिसके

मूल्य मे बड़ी तेजी से उतार-चढाव आता हो। ऐसा माना जाता है कि ऐसे शेयर सामान्यत किसी बडी कम्पनी के ही होते है।

हाई-टेक स्टॉक्स

कम्प्यूटर्स, इलेक्ट्रॉनिक्स, रोबोटिक्स, बायोटेक्नॉलाजी जैसी उच्च-प्रौद्योगिकी वाली कम्पनियो के शेयरो को हाई-टेक स्टाक कहते हैं, जिनकी विकास दर औसत होती है।

हॉट मनी

निवेश-योग्य ऐसी धनराशि जो कम अवधि मे अच्छा मुनाफा देती हो।

होल्डिंग पीरियड

किसी निवेशक द्वारा किसी शेयर को अपने स्वामित्व में रखने की अवधि होल्डिंग पीरियड या धारिता की अवधि कहलाती है। पूंजीगत लाभो की गणना में इसका बहुत महत्व होता है। एक साल से कम अवधि के होल्डिंग पीरियड में निवेश पर होने वाले लाभ को दीर्घकालिक पूजीगत लाभ नहीं माना जाता है जबकि इससे अधिक की अवधि के निवेश पर होने वाले पूंजीगत लाभ दीर्घकालिक पूजीगत लाभ माने जाते हैं।

हाऊस रूल्स

शेयर ब्रोकरो द्वारा ग्राहकों के खाते खोलने, उनकी व्यवस्था व उनसे सम्बन्धित अन्य क्रियाकलापों के सन्दर्भ मे तैयार किये गये नियम हाऊस रूल्स कहलाते हैं। ब्रोकर ये नियम स्टॉक एक्सचेंज की आवश्यकताओ व शर्तो के अनुरूप तैयार करते है।

हैमरिंग

कीमते नीची लाने के लिए, आपरेटरों द्वारा मिली भगत से शेयरों को बेच देना हैमरिंग कहलाता है। यह सामान्यत मदडिया-बिक्री होती है।

हैंड-डिलीवरी

शेयर के लेन-देन का एक प्रकार जिसके तहत विक्रेता को अनुबंध में तय की गयी तारीख पर ही अथवा उस तारीख के चौदह दिनो के भीतर ही सुपुर्दगी कर देनी होती है।

हॉफ इयरली रिजल्ट (अर्द्धवार्षिक नतीजे)

कम्पनियों के लिए अब यह अनिवार्य बना दिया गया है कि वे स्टॉक एक्सचेजों को अपने काम-काजो की अर्द्धवार्षिक रिपार्ट (सक्षिप्त में) दे। कई कम्पनियां अखबारों और आर्थिक पत्रिकाओ में इनके विज्ञापन देती हैं। अर्द्धवार्षिक परिणामो की घोषणा के पीछे उद्देश्य है, निदेशकों को समय-समय पर जानकारियां उपलब्ध कराना ताकि कम्पनियो की क्षमताओ पर बारीक नजर रखी जा सके। पहले सिर्फ वार्षिक परिणामों की ही सार्वजनिक घोषणा की जाती थी। निवेशकों के लिए एक चेतावनी है कि अर्द्धवार्षिक परिणाम सामान्यत: ऑडिट नहीं किये गये होते है और वे सक्षिप्त रूप में होते है। अक्सर ऐसा होता है कि जब वार्षिक परिणाम सामने आते हैं तो उनमें कई परिवर्तन हो चुका होता है। इसलिए निवेशकों को उन पर ज्यादा विश्वास नहीं करना चाहिए।

हवाला

विशिष्ट प्रतिभूतियों के अधूरे रह गये सौदों के सन्दर्भ में निपटान-अवधि की समाप्ति के समय सदस्य दलालो के बीच देनदारियों का हिसाब-किताब पूरा करने के लिए स्टॉक एक्सचेंज द्वारा तय की गयी दरें हवाला दर कहलाती हैं। अगर सदस्य अपने सारे हिसाब-किताब खुद ही निपटाएंगे तो स्पष्ट है कि विभिन्न कीमतों पर हुए सौदों की भारी संख्या के चलते बहुत भ्रामक स्थिति खड़ी हो जायगी। इसलिए अधूरे सौदों का हिसाब-किताब आसानी से निपटाने के लिए, स्टॉक-एक्सचेंज हर विशिष्ट शेयर के लिए एक दर तय कर देता है, जिसे हवाला दर कहते हैं। हवाला का एक अर्थ विदेशी मुद्रा विनिमय मे गैर कानूनी कारोबार भी होता है। इसके तहत विदेशी मुद्रा को काला-बाजारी की दरों पर बेचा जाता है और भारत में अदा की गयी भारतीय मुद्रा के बदले विदेश में विदेशी मुद्रा का हस्तांतरण भी किया जाता है।

आई

इनकम फंड

वे म्यूचुअल फंड जो मुख्यतः डिबेंचरों, बॉण्ड और ऊँचे लाभांश देने वाले शेयरो मे निवेश करते हों। ऐसे फंडों में वे निवेशक निवेश करते हैं जो पूंजी के विकास की बजाय नियमित आय चाहते हैं।

इंट्राडे

इसका मतलब है अतरदिवसीय। इस शब्द का इस्तेमाल पूंजी बाजार के रोजमर्रा के कामकाज से संबंधित कई प्रक्रियाओं के लिए किया जाता है। उदाहरण के तौर पर इंट्राडे मूल्य किसी भी शेयर के मूल्य या सूचकांक मे दिन भर मे आये परिवर्तन को दर्शाते हैं यानी उसका उच्चतम और न्यूनतम स्तर क्या रहा। इस शब्द का इस्तेमाल निवेशको के सन्दर्भ मे भी होता है। अंतरदिवसीय निवेशक उन निवेशकों को कहते है जो एक ही दिन में हुए मूल्य परिवर्तन का लाभ उठाकर शेयरों को खरीद व बेचकर सौदे का निपटान कर लेते हैं। इसके अलावा इस शब्द का इस्तेमाल अंतरदिवसीय रेंज के लिए भी किया जाता है। दिन भर में किसी शेयर या सूचकांक की गतिविधियो के दायरे को इट्राडे या अतरदिवसीय रेंज के जरिये दर्शाया जाता है।

इन्वेस्टमेण्ट लेटर (निवेश पत्र)

जब शेयर व्यक्तिगत रूप से बेचे जाते हैं तो विक्रेता और खरीदार के बीच लिखित समझौता होता है, जिसमें यह तय किया जाता है कि शेयर सिर्फ निवेश उद्देश्यों के लिए खरीदे गये है और कम अवधि वाले फायदों के लिए सार्वजनिक रूप से इन्हें दोबारा नहीं बेचा जायेगा।

इनसाइडर

किसी कम्पनी में महत्वपूर्ण पद पर काम करने वाला व्यक्ति जिसे कम्पनी के ऐसे गुप्त

एवं महत्वपूर्ण विषयों के बारे में जानकारी हो जिसके बारे में सामान्य लोगों को कुछ पता न हो। इसमे फर्म के मालिक, एक्जिक्यूटिव अथवा परामर्शदाता शामिल होते है।

इनसाइडर ट्रेडिंग

एक ऐसी गैरकानूनी गतिविधि जिसमें किसी कम्पनी में काम करने वाला कोई व्यक्ति कम्पनी की विस्तार योजनाओं, वित्तीय परिणामों, अधिग्रहण आदि की जानकारी सार्वजनिक होने से पहले ही प्राप्त कर लेने के बाद स्टॉक बाजार मे कम्पनी के शेयरों को बेचकर या खरीदकर फायदा उठाने की कोशिश करता है।

इनसाइड इंफारमेशन

ऐसी कारपोरेट गतिविधियां जो अभी तक सार्वजनिक नहीं हुई हैं। कम्पनी या कारपोरेट के अन्दर के ताजा घटनाक्रम या लाभ-हानि से सम्बन्धित ऐसी सूचनाएँ जो अभी तक केवल कम्पनी के अधिकारियों को ही ज्ञात है उन्हें इनसाइड इन्फारमेशन कहते हैं। कभी-कभी इन्हीं आन्तरिक सूचनाओं के आधार पर शेयर बाजार में उस विशेष कम्पनी के भाव प्रभावित होने लगते है।

इंटरिम डिविडेंड (अंतरिम लाभांश)

अगर कम्पनी किसी [illegible] अच्छा काम कर रही हो तो वह वित्त वर्ष के दौरान ही लाभांश की घोषणा कर देती है। इसे अंतरिम लाभांश कहा जाता है। वित्त वर्ष की समाप्ति पर कम्पनी दोबारा लाभांश की घोषणा करती है, जिसकी दर अमूमन अंतरिम लाभांश की दर के बराबर या उससे अधिक होती है। इसे अंतिम लाभांश कहा जाता है।

इंस्टीट्यूशनल इनवेस्टर (संस्थागत निवेशक)

म्युचुयल फंड, यूनिट ट्रस्ट, जीवन बीमा निगम, बैंक या अन्य संस्थाएँ जो अपने सदस्यों के धन का निवेश शेयरों या बॉण्डों मे करती हैं, संस्थागत निवेशक कहलाती हैं। चूँकि वे बड़ी संख्या में शेयर खरीदती या बेचती है, इसलिए अक्सर जब बाजार में मंदी का दौर हो तो वे समर्थक की भूमिका अदा करती है।

इनएक्टिव शेयर (निष्क्रिय शेयर)

ऐसे शेयर जो हालांकि स्टॉक एक्सचेंज में सूचीबद्ध होते हैं, लेकिन उनको शायद ही कभी खरीदा या बेचा जाता हो यानी जिनका कारोबार न के बराबर होता हो। वह शेयर जिसका साल भर मे चार बार से कम कारोबार हुआ हो निष्क्रिय शेयर कहलायेगा।

इनकम शेयर (आय अर्जित कराने वाले शेयर)

इन शेयरों का पी.ई. अनुपात और मूल्य सामान्यत: कम होता है। फिर भी उन पर काफी अच्छा लाभांश मिलता है, जो कई बार सवाधि जमा आदि के मामलों में होने वाली प्राप्ति दर से भी ज्यादा होता है। इनमें लीजिंग कम्पनियो के शेयर सबसे आगे हैं।

इनवेस्टमेण्ट होराइजन

लोग सामान्यत: भविष्य की किसी तारीख को ध्यान में रखकर निवेश करते हैं जैसे

कि फला समय में या फलां तारीख को वे अपने निवेश का नकदीकरण करवा लेंगे। किसी शेयर को खरीदन की तारीख के बाद से बेचने की तारीख के बीच की अवधि इनवेस्टमेन्ट होराइजन कहलाती हैं, बशर्ते वह योजनाबद्ध हो। बाजार मे तेजी का दौर आते ही बेच देने के उद्देश्य से खरीदे गये शेयर इसके तहत नही आते।

इंस्टीट्यूशनल ब्रोकर (संस्थागत ब्रोकर)

वे ब्रोकर जो म्यूचुअल फडों, यूनिट ट्रस्ट, जीवन बीमा निगम, बैको अथवा अन्य संस्थाओ के लिए शेयर खरीदते या बेचते हैं, सस्थागत दलाल कहलाते है। ऐसे दलाल बडी संख्या में खरीद-फरोख्त करते हैं और अपेक्षाकृत कम कमीशन वसूलने हैं।

इडस्ट्रियल्स

शेयर बाजारों में इस्तेमाल होने वाला शब्द जिसका आशय उन कम्पनियों के शेयरो से होता है जो किसी भी वस्तु के उत्पादन में लगी होती हैं। गैस, दूरभाष, बिजली, विद्युत आपूर्ति, कंसलटेंसी, स्वास्थ्य अथवा पर्यटन सेवाएँ, आवागमन और वित्तीय एव लीजिंग जैसे निवेश-क्रियाकलाप इसमें शामिल नहीं हैं।

इंडोर्समेण्ट (मंजूरी)

अपने हस्ताक्षर करके किसी कागजात की सत्यता की गारण्टी देना इंडोर्समेण्ट कहलाता है। शेयर प्रमाणपत्रों पर दो प्रकार से गारण्टी दी जा सकती है– शेयर मूल्यों के पूरा भुगतान हो जाने पर या ट्रासफर होने के बाद। यह मजूरी शेयर प्रमाणपत्र के पिछले भाग पर हस्ताक्षर करके और नयी फोलियो संख्या और नये धारक के नाम का उल्लेख करके प्रदर्शित की जाती है।

जे

जॉबर

वह व्यक्ति जो शेयरों में कारोबार करता है। वह मूल्य मे मामूली अन्तर के लिए खरीद-फरोख्त करता है, जिसे 'स्प्रेड' (अंतर) कहते हैं। वह शेयर को 64 रुपये में खरीदेगा और 66 रुपये में बेच देगा और बाकी बचे दो रुपये अपने लाभ के रूप मे रख लेगा। उसका 'स्प्रेड' शेयर बाजार में किसी शेयर की मांग और उसकी आपूर्ति पर निर्भर करता है। लंदन के शेयर बाजार मे उसे 'मार्केट-मेकर' कहा जाता है, जबकि न्यूयार्क में वह 'स्पेशलिस्ट' कहलाता है।

जंक बॉण्ड

अमेरिका में कम्पनी के ऋण प्राप्त जैसे कि सवाधि जमा और डिबेचर आदि, बॉण्ड कहलाते हैं। स्वाभाविक रूप से निवेशक इनमें अपने निवेश की सुरक्षा, ब्याज के समय पर भुगतान और ऋण की अवधि खत्म होने पर तुरन्त भुगतान की वजह से रुचि रखते हैं वे ऋण प्रपत्र जो इन शर्तों को पूरा नहीं करते और जिन्हें क्रिसिल से सी अथवा डी श्रेणी में आंका जाता है उन्हें जंक बॉण्ड कहा जा सकता है

के

कर्ब ट्रेडिंग

कर्ब ट्रेडिंग उस कारोबार को कहते हैं जो स्टॉक एक्सचेंज के बंद हो जाने पर अथवा उसके अधिकृत कार्यकाल के बाद दलालों द्वारा शेयरों का लेन-देन किया जाता है। इस प्रकार के सौदों की सूचना स्टॉक एक्सचेंज के अधिकारियों को नहीं दी जाती है।

खेला

किसी एक शेयर विशेष का ब्रोकरों द्वारा आपस में ही एक दूसरे से खरीद-फरोख्त किया जाना 'खेला' कहलाता है। इसका उद्देश्य होता है शेयर के भाव में कृत्रिम तेजी लाना और अप्रत्यक्ष रूप से निवेशकों को इसको खरीदने के लिए प्रेरित करना।

खोखा

एक गुजराती शब्द जिसका अर्थ है नारियल का खाली आवरण। आर्थिक सन्दर्भों मे खोखा आंशिक रूप से परिवर्तनीय डिबेंचर के अपरिवर्तनीय अश पर न सिर्फ अनाकर्षक ब्याज दरें मिलती है (उदाहरण के लिए 12.5 प्रतिशत) बल्कि इसे डिबेंचर बाजार में बेचना भी बहुत मुश्किल होता है। इसके अलावा, अगर कहीं यह बेचा भी जाय तो इस पर 40 फीसदी तक डिस्काउंट भी देना पड़ सकता है।

एल

लिक्विड एसेट फंड (तरल सम्पत्ति फंड)

अल्पावधि ऋण प्रपत्रों में किया गया वह निवेश जिसका उद्देश्य अपेक्षाकृत कम जोखिम उठाते हुए ऊँची ब्याज-दर अर्जित करना होता है। उदाहरण के लिए बैंकों मे किये गये अल्पावधि सावधि जमा।

लीडर्स

लीडर्स या लीडिंग शेयर वे हैं जो शेयर मूल्यों के उतार-चढ़ाव में सबसे आगे बने रहते हैं। इनकी खरीद-फरोख्त दोनों ही जोरों में होती है।

लैटर स्टॉक या लैटर सिक्योरिटी

वे शेयर जिन्हें शेयर बाजार में पंजीकृत नही किया गया है और इसलिए वहाँ उनकी बिक्री नही होती। ये शेयर इश्यू जारी करने वाला सीधे ही निवेशक को बेचता है जो इस आशय के पत्र पर अपने हस्ताक्षर करता है कि शेयरों को निवेश करने के लिए खरीदा गया है न कि फिर से बेचने के लिए।

लॉक्ड मार्केट

तीव्र प्रतिस्पर्धा के चलते शेयर बाजार मे पैदा हुई ऐसी स्थिति जिसमें प्रस्तावित मूल्य और मांगा गया मूल्य एक ही होते हैं

लटर ऑफ रिनंसिएशन

किसी राईट इश्यू के मामले में हर कम्पनी द्वारा किसी शेयरधारक को जारी किया गया तय दस्तावेज, जिसके जरिये शेयरधारक अतिरिक्त शेयरों में अपने अधिकार का किसी तीसरे व्यक्ति के पक्ष में त्याग कर सकता है। अगर कम्पनी के शेयरों की बाजार में काफी मांग है और राइट इश्यू की शर्तें काफी आकर्षक है तो इस लेटर ऑफ रिनंसिएशन को बाजार में बेचा भी जा सकता है।

लीड मैनेजर

जब नये इश्यू बाजार मे पेश किये जाते हैं तो उसके बहुत से अंडरराइटर हो सकते हैं। उनमे से जिस संस्था पर पूरे इश्यू के कामकाज के प्रबंध का भार हो उसे 'लीड मैनेजर' कहते हैं।

लेम डक्स

शेयर बाजार का वह सदस्य जो अपने दायित्व पूरे नही कर सकता। वित्तीय समस्याओं में उलझी कोई कम्पनी भी 'लेम डक' कहलाती है।

लिमिट आर्डर

जब कोई ग्राहक अपने शेयर दलाल को किसी निश्चित भाव या उससे बेहतर भाव पर शेयरों को खरीदने अथवा बेचने का आदेश देता है तो उसे 'लिमिट आर्डर' कहते है। इसे भाव बांधना भी कहते हैं, जिस पर शेयर दलाल अपने ग्राहक के लिए खरीद बिक्री करता है।

लॉक्स इन ट्रेड

शेयरों का ऐसा सौदा जिसमें खरीदार और विक्रेता के बीच शर्तें और अनुबंध तय हो जाते हैं, 'लॉक्स इन ट्रेड' कहलाता है॥

लिक्विडिटी (तरलता)

वह स्थिति जिसमें सम्पत्ति आदि को जल्दी से नकद में तब्दील करवाया जा सके। हालांकि सस्ते दामा पर तो किसी भी सम्पत्ति पर नकद वसूला जा सकता है। इसीलिए सही अर्थों में तरलता के लिए या तरलता की अच्छी स्थिति के लिए, सम्पत्ति को बेचने पर उसका वास्तविक बाजार मूल्य ही प्राप्त होना चाहिए।

लीडिंग इकोनामिक इंडीकेटर्स (महत्वपूर्ण आर्थिक संकेत)

शेयर बाजार का उतार-चढ़ाव देश की आर्थिक हालत पर निर्भर करता है। यह हालत व्यापारिक चक्रों को प्रभावित करती है। निम्नलिखित संकेतक किसी देश की अर्थव्यवस्था व सकल घरेलू उत्पादन के बारे में महीनों पहले संकेत दे सकते है– निजी आवासीय व्यवस्था, टिकाऊ उपभोक्ता उत्पादों के नये स्तर, एक सप्ताह में औसत काम (जिसमें ओवर टाइम भी सम्मिलित हो) और शेयर बाजारों में तेजड़ियों और मंदड़ियों की गतिविधिया तेजड़िये और मंदड़िये किसी देश की अर्थव्यवस्था के सजग पहरेदार हैं

एम्

मार्केटेबल इश्यू (बेचनीय इश्यू)

वे वित्तीय प्रतिभूतियाँ जिन्हें ब्राकरों के जरिये खरीदा और बेचा जा सके, मार्केटेबल इश्यू या बेचनीय इश्यू कहलाती हैं।

मार्केट ऑर्डर

जिस तेजी के साथ तमाम शेयर बाजारों में ऑन लाइन ट्रेडिंग यानी कम्प्यूटरीकृत कारोबार प्रणाली शुरू हुई है, उसको देखते हुए ऑर्डर का प्रारूप काफी अहमियत रखता है। मार्केट आर्डर उस निर्देश को कहते हैं जिसके जरिये निवेशक ब्राकर को मौजूदा मूल्य पर शेयर खरीदने या बेचने के लिए कहता है। इस पर ब्राकर बाजार के उचित मूल्य पर सौदा कर लेता है।

म्युचुअल फंड (सहयोग निधि)

म्यूचुअल फंड का संचालन निवेशक संस्थाओं एवं बैंकों द्वारा किया जाता है। इसके अन्तर्गत इनके संचालकों द्वारा निवेश के लिए इच्छुक व्यक्तियों से धन लेकर एक कोष बनाया जाता है। प्रत्येक निवेशक को उसकी धनराशि के मूल्य के बराबर यूनिट दिये जाते हैं। इस एकत्रित कोष का उपयोग विभिन्न प्रकार के निवेश अवसरों जैसे– शेयर, ऋणपत्रों तथा अन्य प्रकार के बॉण्डो में किया जाता है। इस प्रकार से अर्जित लाभ को निवेशकों द्वारा कोष में किये गये योगदान के अनुपात में वितरित कर दिया जाता है। भारत में स्टेट बैंक, इण्डियन बैंक, पंजाब नेशनल बैंक, जीवन बीमा निगम, यूनिट ट्रस्ट आदि ने म्यूचुअल फंड्स स्थापित किए हैं। अब देश में निजी क्षेत्र की सहयोग निधियाँ भी कार्यरत हैं। अनेक विदेशी वित्तीय संस्थाओं की भी सहयोग निधियाँ भारत में कार्यरत है।

मेगा इश्यू

जब किसी कम्पनी द्वारा करोड़ों रुपये की राशि के बड़ी मात्रा में शेयरों अथवा ऋणपत्रों का जारी किया जाता है तो उस निर्गम को 'मेगा इश्यू' कहा जाता है।

मार्केटेबल लॉट

शेयर बाजार में विभिन्न कम्पनियों के शेयरों के क्रय-विक्रय के लिए निश्चित न्यूनतम मात्रा निर्धारित की जाती है। इस न्यूनतम मात्रा को ही 'मार्केटेबल लॉट' कहा जाता है। इस मात्रा में अथवा केवल इसके गुणकों में ही शेयर का शेयर बाजार में क्रय-विक्रय सुगमता से किया जा सकता है।

मूविंग औसत

मूविंग औसत तकनीकी विश्लेषण में काम आने वाला एक प्रचलित शब्द है। सामान्यतः इसके आधार पर शेयर खरीदने या बेचने के बारे में कई निर्णय लिये जाते है। वस्तुतः मूविंग औसत किसी निर्धारित समय में किसी शेयर के मूल्य में आये परिवर्तन का औसत होता है। उक्त निर्धारित अवधि में हर पिछले मूल्य को हटाकर और अगले मूल्य को

शामिल करके औसत लिया जाता है। इस तरह हर नये मूल्य को मूविंग औसत म जगह मिलती रहती है। उदाहरण के तौर पर देखें तो 10 दिन के मूविंग औसत का अर्थ यह है कि पिछले दस दिनों में शेयर के मूल्यों का औसत क्या रहा। इसकी गणना करने के लिए हर दिन पिछले दस दिनों के मूल्यों का औसत निकाला जाता है। इसमे शामिल होने वाले हर नये दिन के लिए सबसे पहले दिन को बाहर कर दिया जाता है। तकनीकी विश्लेषण में साधारण तौर पर 200 दिन, 50 दिन और 20 दिन के मूविंग औसत का इस्तेमाल किया जाता है जिनसे शेयर की चाल के क्रमश. दीर्घावधि, मध्यावधि और अल्पावधि रुझान का पता चलता रहता है। शेयर का ताजा मूल्य मूविंग औसत से ज्यादा हो तो उसमें तेजी मानी जाती है और कम हो तो मंदी।

मार्क अप

जब कोई ब्रोकर किसी ग्राहक को अपने खाते में बेचता है तो वह सबसे अधिक बोला गया भाव वसूलता है और उसमें कमीशन भी जोड लेता है, जिसे 'मार्क अप' कहते है।

मार्क डाउन

जब कोई ब्रोकर किसी ग्राहक से अपने खाते के लिए खरीद करता है तो वह सबसे कम बोले गये भाव पर खरीदता है और उसमे से कमीशन घटा दी जाती है, जिसे 'मार्क डाउन' कहते हैं।

मैच-मेकिंग

यह एक ऐसी गैरकानूनी गतिविधि है, जिसके तहत कोई मध्यस्थ (मैच मेकर) दो ऐसे स्टॉक ब्रोकरों को साथ ले आता है, जिनमें स एक अपने लाभों पर देय लम्बे-चौड करों से बचना चाहता है और दूसरा ब्रोकर, जिसने नुकसान उठाया है, कुछ ले-देकर पहले ब्रोकर के खाते को खरीदने को तैयार हो जाता है। पहला ब्रोकर बहुत ऊँचे मूल्यों पर काफी बडी संख्या में शेयरों को बेच देता है। इस तरह से वह अपने खाते में नुकसान दिखाने में सफल हो जाता है।

मार्केट इंडिसिज (बाजार सूचकांक)

भारत में मुख्यत पाँच शेयर बाजार सूचकांक हैं– मुम्बई स्टॉक एक्सचेंज (बी.एस.ई.) संवेदी सूचकांक (सेनसेक्स), बी एस ई. राष्ट्रीय सूचकांक, इकोनॉमिक टाइम्स सूचकांक, फाइनेन्शियल एक्सप्रेस सूचकांक और बिजनेस स्टैंडर्ड सूचकाक। ये सूचकांक शेयर बाजार के उठने-गिरने के पैमाने के बतौर काम करते हैं। बाजार की दशा-दिशा जानने के लिए इन सूचकांकों का ही सहारा लिया जाता है। ये सूचकांक प्रमुख शेयरों के हालचाल के जरिये समूचे बाजार की हालत बताने का प्रयास करते हैं।

मार्कोविट्स डाइवर्सिफिकेशन

निवेश पोर्टफोलियो का साधारण विविधीकरण, निवेश से होने वाली प्राप्तियों की दर की अस्थिरता को उस स्थिति से कम नहीं कर सकेगा जब उन शेयरों का जिनमें निवेश किया गया है बीटा फैक्टर समान हो मार्कोविट्ज के अनुसार प्रभावी विविधीकरण

तब ही प्राप्त किया जा सकता है, जब जिन शेयरों में निवेश किया गया है, उनका बीटा फैक्टर अलग हो और उनका उठना या गिरना विपरीत दिशाओं में हो।

ास्टर शेयर्स

यह यूनिट ट्रस्ट ऑफ इण्डिया द्वारा सितम्बर 1986 में शुरू किया गया बंधी अवधि वाला म्यूचुअल फण्ड है। यह दस रुपये मूल्य के 15 करोड़ शेयरों और 150 करोड़ रुपये की शुरूआती पूंजी के साथ शुरू किया गया था। 1989 में दो रुपये प्रति शेयर प्रीमियम पर राइट्स (1 2) के आधार पर 90 करोड़ की राशि और उगाही गयी थी। मास्टरशेयर सभी प्रमुख स्टॉक एक्सचेंजों में सूचीबद्ध हैं। भारतीय स्टॉक मार्केट का यह सबसे बड़ा और प्रभावशाली नायक हैं।

एन

ॉन मार्केटेबल इश्यू

ऐसे सरकारी बॉण्ड और भारतीय यूनिट ट्रस्ट के वे प्रमाण-पत्र जिन्हें सिर्फ उन्हें जारी करने वाले के हाथों ही खरीदा अथवा बेचा जा सकता हो, नॉन मार्केटेबल इश्यू कहलाते है।

ान कंवर्टेबुल डिबेंचर (अपरिवर्तनीय डिबेंचर)

जब कम्पनी द्वारा जारी ऋण पत्रों को शेयरों में परिवर्तित करने का विकल्प नहीं दिया जाता है तो उन्हें 'अपरिवर्तनीय डिबेंचर' कहा जाता है।

ान क्यूमलेटिव प्रिफरेंस शेयर (असंचयी वरीयता प्राप्त शेयर)

जब किसी वर्ष में कम्पनी निर्धारित लाभांश देने की स्थिति में नहीं होती है तो आगामी वर्षों मे कम्पनी द्वारा लाभ प्राप्त किये जाने की दशा मे पिछले वर्षों के अतिरिक्त लाभांश की मांग का कोई अधिकार ऐसे शेयरो पर नही होता।

ट एसेट वैल्यू या एसेट वैल्यू (सम्पत्ति मूल्य या शुद्ध सम्पत्ति मूल)

सहयोग निधियों, भारतीय यूनिट ट्रस्ट या अन्य निवेश ट्रस्टों द्वारा इस्तेमाल किया जाने वाला वाक्यांश। इसके जरिये हर शेयर के शुद्ध मूर्त सम्पत्ति मूल्य के बारे में संकेत मिलता है। इसकी गणना के लिए किसी तारीख विशेष पर निवेश पोर्टफोलियो के बाजार मूल्यो के अनुरूप रही कुल कीमत को स्कीम की मौजूदा यूनिटों की संख्या मे भाग दे दिया जाता है। किसी सहयोग निधि स्कीम की नेट एसेट वैल्यू यह बताती है कि फण्ड मैनेजरों ने शेयर बाजार मे कितनी कुशलता से काम किया है।

ट वर्थ (शुद्ध क्षमता)

बैलेंस शीट पर कुल इक्विटी शेयर पूंजी और आरक्षित कोषों के जोड़ को भी नेट वर्थ कहते हैं और कम्पनी की कुल संपत्तियों की कीमत में से कुल देनदारियों को घटाने से जो मिले, उसे भी नेट वर्थ कहते है।

नेट लिक्विड एसेट्स (शुद्ध तरल सपत्तियां)

किसी कम्पनी की नकद और तुरन्त बेची जा सकने वाली प्रतिभूतियों में से चालू देनदारियो को घटाने से जो बचे उसे नेट लिक्विड एसेट्स यानी शुद्ध तरल सपत्तिया कहते है। कोई कम्पनी अपने मौजूदा ऋण को चुकाने की क्षमता रखती है या नहीं, यह मालूम करने का यह सबसे कठोर परीक्षण है।

नेट चेंज

किसी शेयर के आखिरी ट्रेडिंग भाव और अगले दिन के बंद भाव के बीच के अन्तर को नेट चेंज कहते हैं।

निगोशिएबल इंस्ट्रुमेंट

वह अनुबंधीय प्रपत्र जिसका आसानी से हस्तांतरण किया जा सकता हो, निगोशिएबल इंस्ट्रूमेंट यानी परक्राम्य प्रपत्र कहलाता है।

नेट ब्लॉक

मूल्यह्रास के बाद किसी कम्पनी की चल संपत्तियों की कीमत को नेट ब्लॉक कहते हैं।

नेट डिवीडेंड

कर भुगतान के उपरान्त दिये गए लाभांश को नेट डिवीडेंड अथवा डिवीडेंड कहा जाता है। प्राय: कम्पनी इसका वितरण अपने शेयरधारकों में वर्ष में एक बार अथवा दो बार करती है। डिवीडेंड की घोषणा शेयर के अंकित या मुद्रित मूल्य पर ही की जाती है। इसके बाजार मूल्य पर नहीं, बोनस शेयर भी एक प्रकार का डिवीडेंड कहा जाता है।

नैरो मार्केट

एक निष्क्रिय या मद बाजार जिसमें कारोबार का आकार छोटा होता है और इस आकार के मुकाबले मूल्यो में उतार-चढाव बहुत ज्यादा होता है।

ओ

ऑड लाट

शेयर बाजारों में शेयर सामान्यत: मार्केट लॉट में ही खरीदे अथवा बेचे जाते हैं, क्योंकि उनका कारोबार करना आसान होता है। मार्केट लॉट से यदि एक भी शेयर कम हो तो वह ऑड लाट कहलायेगा। इसके अलावा अगर किसी शेयर का मार्केट लॉट 100 है तो उससे अलग सख्या के शेयरों का प्रमाण-पत्र चाहे वह संख्या छोटी ही हो (उदाहरण के लिए 50 शेयर) या बड़ी (जैसे 500 शेयर) ऑड लॉट कहलाएगा। ऑड लॉट सामान्यत: बोनस अथवा राइट इश्युओं से उत्पन्न होते है। इसको खरीदने और बेचने से होने वाली परेशानी के अलावा एक और नुकसान भी होता है। निवेशक को अपने ऑड लॉट को मार्केट-लॉट में बदलने के लिए बाजार मूल्य से 10-15 फीसदी कम कर बेचना पड़ सकता है।

आउट ऑफ फेवर इण्डस्ट्री और शेयर्स

किसी देश के आर्थिक माहौल में आये परिवर्तनों की वजह से, किसी समय में लाभकारी रही कोई कम्पनी या उद्योग बुरे दौर में पहुँच सकता है। ऐसे में उसके शेयर निवेशकों के बीच लोकप्रिय नहीं रह पाते। आउट ऑफ फेवर शेयरों का पी.ई. अनुपात कम रहता है।

ओवर-सोल्ड

तकनीकी विश्लेषण में इस्तेमाल किया जाने वाला शब्द, जो इस बात का संकेत देता है कि किसी शेयर या शेयरों के मूल्य तेजी से गिर रहे हैं और बाजार में बेचने वाले बहुत कम रह गये है। जब किसी दिन का खुला भाव बीते दिन के बंद भाव के मुकाबले बहुत कम हो और दोनों के बीच का अन्तर काफी हो तो 'ओवर-सोल्ड' स्थिति स्पष्ट हो जाती है।

ओवर-बॉट

तकनीकी विश्लेषण में इस्तेमाल किया जाने वाला यह शब्द निवेशकों या सट्टेबाजों द्वारा तेजी की आशा में की जाने वाली जबरजस्त खरीद की वजह से किसी शेयर या शेयरों के मूल्यों में हुई वृद्धि को इंगित करता है। जब किसी दिन का खुला भाव बीते दिन के खुले भाव के मुकाबले ज्यादा हो और दोनों के बीच काफी अन्तर हो तो बाजार को 'ओवर-बॉट' मार्केट कहेंगे। ऐसा होने पर माना जाता है कि अब शेयर बेच देने चाहिये।

ओवर-वैल्यूड

जब किसी कम्पनी के शेयर का भाव कम्पनी की वर्तमान स्थिति अथवा उसकी भावी आमदनी के मुकाबले न्यायोचित न होकर अधिक होता है तो इसे 'ओवर-वैल्यूड' कहते हैं। ऐसे शेयरों के भावों में गिरावट की आशंका भी रहती है।

ऑपरेटिंग प्रॉफिट और लॉस (परिचालन लाभ या हानि)

विशेष आइटमों जैसे कि निवेश आदि के खाते की गणना में शामिल किये बिना किसी कम्पनी को उसके मुख्य व्यापार से होने वाले लाभ या हानि को 'परिचालन लाभ या हानि' कहा जाता है।

वन वे मार्केट

ऐसा बाजार जिस पर केवल खरीदारों या विक्रेताओं का नियंत्रण हो।

पी

पब्लिक इश्यू –

शेयर्स, डिबेंचर और बॉण्डों का वह निर्गम जो आम जनता के लिए जारी किया जाय, पब्लिक इश्यू कहलाता है।

प्राइमरी मार्केट (प्राथमिक बाजार)

नये शेयरों, डिबेन्चरों, बॉण्डो इत्यादि के इश्युओं का बाजार। इसमें निवेशक आवंटन के लिए सीधे इश्यू जारी करने वाली कम्पनी या संस्था को आवेदन करता है। आवेदन का पैसा भी इश्यू जारी करने वाली कम्पनी के खाते में ही जमा कराया जाता है। यह सेकंडरी मार्केट यानी द्वितीयक बाजार से अलग है जिसमें निवेशक ब्रोकरों की मदद से स्टॉक एक्सचेंजों में सूचीबद्ध प्रतिभूतियों की खरीद-फरोख्त करते है।

प्रीमियम

किसी शेयर या किसी अन्य वित्तीय प्रतिभूति के अंकित मूल्य से अधिक वसूली जाने वाली कीमत को 'प्रीमियम' कहते हैं।

प्रीमियम इश्यू

जिस पब्लिक इश्यू में शेयरों को शेयर के अंकित मूल्य से ज्यादा पर प्रस्तावित किया जाय, उसे प्रीमियम इश्यू कहा जाता है। अंकित मूल्य से ज्यादा वसूले जाने वाले मूल्य को प्रीमियम कहा जाता है। प्रीमियम निर्धारित करने के कई कारक हो सकते हैं। इनमे खास हैं– शेयर का मौजूदा बुक मूल्य, ईपीएस पिछले तीन सालों में औसत बाजार मूल्य आदि। इस तरह के इश्यू साधारणतया सुख्यात कम्पनियों द्वारा जारी किये जाते हैं जिनकी स्थिति शेयर बाजार में अच्छी चल रही होती है। हालांकि पिछले काफी समय से कई नयी कम्पनियां भी प्रीमियम इश्यू के साथ बाजार में उतरने लगी हैं। पहले सेबी कम्पनियो के इश्युओं के प्रीमियम को अपनी मंजूरी देती थी। लेकिन 1993 मे 'फ्री प्राइसिंग' नीति के तहत सेबी ने कम्पनियों को अपने प्रीमियम खुद तय करने के अधिकार दे दिये।

प्रीफरेंस शेयर (वरीयता प्राप्त शेयर)

इन्हें अपने नाम के अनुरूप इक्विटी शेयरों पर वरीयता प्राप्त होती है। यह वरीयता सामान्यतः कर बाद लाभ आदि के आवंटन में दी जाती है। कम्पनी के लिक्विडेशन (विघटन) की स्थिति मे सपत्ति पर इनका दावा पहले होता है। जोखिम के मामले में ये इक्विटी शेयरों से तो कम जोखिम वाले होते हैं लेकिन सुरक्षित डिबेंचरों से ज्यादा। कम्पनी के कोष के बंटवारे या लिक्विडेशन में डिबेंचरों का दावा इनसे भी पहले होता है। प्रीफरेंस शेयर तय लाभांश के हकदार होते हैं। संचयी प्रीफरेंस शेयर तो तब भी लाभांश का हक रखते हैं जब कम्पनी लाभांश देने की स्थिति में नहीं होती। कभी-कभी ये शेयर तय सालों के बाद इक्विटी शेयरों में बदल जाते हैं। यानी कम्पनी जब अपने पैर जमाने के दौर में हो तब तो वे तय आय हासिल करते ही रहते हैं और जब कम्पनी जम जाए तो ऊँची आय पाने लग जाते है। लेकिन प्रीफरेन्स शेयरो के साथ मताधिकार की गारण्टी नहीं होती। सामान्यतः अगर लाभांश बकाया हो तो ही वे वोट दे सकते हैं। प्रीफरेंस शेयर विमोचनीय हों तो या तो कम्पनी निश्चित समय पर शेयरधारक को भुगतान कर देती है या फिर उस मूल्य के बराबर इक्विटी शेयर जारी कर देती है

प्रीफरेंशियल अलॉटमेण्ट (वरीयता प्राप्त आवंटन)

जब कोई नयी कम्पनी शुरू की जाती है तो सामान्यतः उसके पहले इश्यू में समू की पितृ कम्पनी या समूह की अन्य कम्पनियों के शेयरधारकों को वरीयता दी जाती है। एक तरह से यह उस समूह से जुडे होने का तोहफा होता है। इसके आवेदन-पत्र बिलकुल अलग तरह के होते हैं और उन पर स्पष्ट रूप से 'प्रीफरेंशियल' अंकित होता है। इनके तहत होने वाले आवंटन को 'प्रीफरेंशियल अलॉटमेण्ट' कहा जाता है।

पिंक बटन

जॉबर के क्लर्क के लिए प्रयोग जाने वाला शब्द।

पेड अप कैपिटल (चुकता पूंजी)

निवेशकों को शेयर बेचकर हासिल की गयी पूंजी पेड अप कैपिटल कहलाती है। यह जमानती या गैर जमानती ऋण के जरिये प्राप्त की गयी पूंजी से भिन्न होती है।

पार्टली पेड अप

जब शेयरधारकों ने कम्पनी को उसके शेयरो की कुल अंकित कीमत न चुकायी हो तो इसे पार्टली पेड अप कहते हैं।

प्रॉफिट टेकिंग

इसे मुनाफा वसूली कहा जाता है। इसका तात्पर्य उस स्थिति से है जब किसी तेजी के बाद शेयरों की ऊँचे मूल्यों पर बिकवाली होती है। इस प्रकार जिन तेजड़ियो ने पहले कम मूल्यों पर शेयर खरीदे थे, वे अब ऊँचे मूल्यों पर शेयर बेचकर मुनाफा कमाते हैं। इसे ही प्रॉफिट टेकिंग या मुनाफा वसूली कहा जाता है। मुनाफा वसूली के मुख्यत तीन पहलू होते हैं। सबसे पहले तो यह उस तेजी के थमने की प्रक्रिया को दर्शाता है। दूसरा, तकनीकी विश्लेषण में इसे तकनीकी संशोधन का संकेत माना जाता है। तीसरा, इसका इस्तेमाल हमेशा किसी तेजी के सन्दर्भ में होता है। उदाहरण के रूप में देखें तो किसी पखवाड़े में मुंबई स्टॉक एक्सचेंज के संवेदी सूचकांक के अचानक तेज होकर 4,000 अंक तक पहुँच जाने के बाद उसी दिन 150 अंक गिर जाने को मुनाफा वसूली की संज्ञा दी जाएगी।

पी.ई. रेशियो

किसी शेयर का पी.ई. रेशियो शेयर का बाजार मूल्य की आय प्रति शेयर से विभाजित करने पर ज्ञात होता है। पी ई रेशियो = बाजार मूल्य / प्रति शेयर आय

पे आउट अनुपात

पे आउट अनुपात कम्पनी के लाभ के उस हिस्से को कहते हैं जिसे कम्पनी ने लाभांश के रूप में शेयरधारकों को चुका दिया है। साधारणतः कम्पनी अपने शुद्ध लाभ के कुछ हिस्से को फिर से निवेशित करके बाकी हिस्से को लाभांश के रूप में शेयरधारकों को बांट देती है। शेयरधारकों को दिये जाने वाले हिस्से को प्रतिशत के रूप में दिखाया जाता है। उदाहरण के तौर पर अगर 20 फीसदी लाभांश की घोषणा की गयी है तो

उसका मतलब होता है कि 10 रुपये मूल्य के शेयर पर दो रुपये लाभांश दिया जा रहा है। इसको लाभांश प्रति शेयर अनुपात कहा जाता है। इस तरह से लाभांश प्रति शेयर अनुपात भी पे आउट अनुपात का ही एक हिस्सा है। आमतौर पर निवेशक इन दोनों अनुपातों को एक ही समझते हैं। सही अर्थ जानने के लिए इनके बीच अतर को समझ लेना जरूरी है।

प्रॉस्पेक्टस

कोई पब्लिक इश्यू लाते वक्त इश्यू व कम्पनी के बारे में सम्पूर्ण जानकारी देने वाला दस्तावेज प्रॉस्पेक्टस कहलाता है। इसमें निवेशक को वे सारी जानकारियां मिल जाती हैं जो निवेश सम्बन्धी फैसला लेने के लिए जरूरी होती है। एक प्रॉस्पेक्टस मे आमतौर से दी जाने वाली जानकारिया होती है– कम्पनी का व्यवसाय, कम्पनी के प्रवर्तक व व्यापारिक सहयोगी, प्रबधन, निदेशक, बोर्ड, परियोजना की लागत, वित्त उगाहने का जरिया, परियोजना की स्थिति, व्यापार की संभावनाएँ, लाभदायकता, जोखिम सम्बन्धी कारक, इश्यू का आकार, सूचीबद्धता सम्बन्धी जानकारी, कर लाभ (अगर कोई हो तो), अंडराइटरों व इश्यू के मैनेजरों के नाम आदि।

पोर्टफोलियो

पोर्टफोलियो शब्द का उपयोग उन विभिन्न प्रकार की समस्त वित्तीय परिसम्पत्तियो के लिए किया जाता है जो किसी निवेशकर्ता के अधिकार में होती है, जैसे– शेयर, ऋणपत्र, सरकारी बॉण्ड, यूनिट ट्रस्ट प्रमाणपत्र आदि। पोर्टफोलियो निवेश का अर्थ होता है कि अपनी सम्पत्ति को विभिन्न विकल्पों में विभिन्न जोखिमों के साथ और विभिन्न लाभो के लिए लगाया जाना। पोर्टफोलियो का मुख्य उद्देश्य जोखिम को विभिन्न विकल्पों के बीच बांटकर लाभ को अधिकतम करना होता है।

प्राइवेट प्लेसमेण्ट

शेयरों के प्राइवेट प्लेसमेण्ट के आधार पर संस्थागत निवेशकों को बेचा जा सकता है। जब उन्हें विशेष वरीयता प्राप्त कुछ संस्थाओं को दिया जाता है तो उन पर सामान्यत कुछ बंदिशें लगी होती है। उन्हें निर्दिष्ट अवधि तक बाजार में बेचा नहीं जा सकता। गैर-सूचीबद्ध शेयरो को भी प्राइवेट प्लेसमेण्ट के आधार पर बेचा जा सकता है हालाकि ऐसे शेयरों का बेचा जाना काफी मुश्किल काम हो सकता है।

पाइवोटल शेयर्स

कुछ ब्लू चिप कम्पनियो के शेयर ऐसी धुरी के रूप में काम करते हैं, जिनके ऊपर बाजार टिका रहता है। अगर उनमे मंदी आ जाए तो बाजार में भी मदी आ जाती है और अगर उनमे तेजी आ जाए तो बाजार भी उठने लगता है। टिस्को, टेल्को, रिलायन्स के शेयर इसी श्रेणी में आते हैं।

प्लाउबैक

किसी कम्पनी द्वारा अर्जित लाभों को लाभाश के रूप मे वितरित किये जाने के बजाए

वापस व्यापार में लगा दिया जाना। सामान्यतः तेजी से बढ़ रही कम्पनियाँ ही ऐसा करती है।

आर

रिकॉर्ड डेट

रिकॉर्ड डेट से तात्पर्य कम्पनी द्वारा निर्धारित उस तिथि से होता है जिस तिथि में कम्पनी के रजिस्टर में पंजीकृत शेयरधारकों को कम्पनी द्वारा घोषित लाभांशों, बोनस अथवा राइट इत्यादि के लिए पात्र समझा जाता है।

राइट्स इश्यू

एक ऐसा इश्यू जिसके जरिये कोई मौजूदा कम्पनी अपने शेयरधारकों को उनकी धारिता के एक तय अनुपात में सम मूल्य या प्रीमियम पर शेयर जारी करती हैं। ऐसी वरीयता शेयरधारकों के अधिकार के चलते दी जाती है। कोई मौजूदा शेयरधारक ऐसे इश्यू में पैसा लगाने के स्थान पर अपना अधिकार छोड़ भी सकता है या फिर किसी अन्य व्यक्ति के हक में अपना अधिकार हस्तांतरित कर सकता है, मुफ्त में या फिर कुछ पैसा वसूल कर। यह कम्पनी द्वारा ऐसे अधिकार के हस्तांतरण के साथ जुड़ी शर्तों पर निर्भर करता है कि अधिकार छोड़ने वाले के पास अपनी पात्रता के अतिरिक्त शेयरों के लिए आवेदन करने का अधिकार है या नहीं।

रैली

किसी शेयर के मूल्यों में या शेयर बाजार के सूचकांक में आशा से कहीं ज्यादा वृद्धि 'रैली' कहलाती है।

रेटिंग

तयशुदा ब्याज वाली प्रतिभूतियों में निहित जोखिम का आंकलन रेटिंग कहलाता है। इस काम का जिम्मा आमतौर पर विभिन्न रेटिंग एजेंसियो को सौंपा जाता है।

राइट ऑफ

खर्च या नुकसान के मामले में किसी संपत्ति का मूल्य वसूलना राइटिंग ऑफ कहलाता है। संपत्ति का मूल्य आय में से घटा दिया जाता है और इसी तरह से लाभों में भी कटौती कर दी जाती है। आमतौर पर इसके तहत बट्टे-खाते में चले जाने वाले उधार होते हैं। इस तरह के बट्टे खाते में चले जाने वाले उधारों को सीधे-सीधे कम्पनी की आय में से घटा लिया जाता है।

रिनंनसिएशन

किसी शर्त पर, किसी राइट्स इश्यू में आवंटित शेयरों को सब्सक्राइब करने का अधिकार छोड़ देना या फिर उन्हें बेच देना रिननसिएशन या परित्याग कहलाता है। परित्याग करने वाला शेयरधारी रिनाउंसी कहलाता है। रिनाउंस किये जा चुके या परित्याग राइट्स कई बार स्टॉक एक्सचेंजों में कोटेड होते हैं। इस तरह के राइट्स शेयरों का मूल्य बाजार

में चालू भाव से सामान्यतः कम ही होता है, भले ही उसमें रिननसियेशन का मूल्य जोड दिया गया हो।

रिडम्पशन (विमोचन)

ऋण देने वाले का हिसाब चुकता करके किसी ऋण प्रतिभूति को वापस खरीद लेना रिडम्पशन यानि विमोचन कहलाता है। डिबेंचर या प्रिफरेंस शेयरों के मामले में विमोचन का अर्थ होता है निवेशक को नकदी के रूप में या इक्विटी शेयरों के रूप में उसका धन वापस लौटा देना।

रजिस्टर फोलियो नम्बर

रजिस्टर के जिस पन्ने पर किसी व्यति विशेष की शेयरधारिता के विषय में विस्तृत विवरण दिया गया हो उस पन्ने का नम्बर रजिस्टर फोलियो नम्बर कहलाता है। कम्पनी के साथ होने वाले किसी भी प्रकार के पत्राचार अथवा लेन-देन में इसी फोलियो नम्बर का जिक्र करना होता है। शेयर के स्वामित्व में किसी भी परिवर्तन के साथ रजिस्टर फोलियो नम्बर भी बदल जाता है।

रेट आफ रिटर्न (प्राप्ति की दर)

निवेशक के प्राप्त लाभांश को शेयर के बाजार मूल्य से भाग दे दिये जाने के बाद सौ से गुणा करके 'रेट ऑफ रिटर्न' यानी प्राप्ति की दर निकाली जाती है। किसी निवेश पर प्राप्त कुल लाभांश और शेयर के मूल्य में हुई कुल वृद्धि को निवेश पर मिला रिटर्न कहते हैं।

रिटेल इन्वेस्टर

वह व्यक्ति जो स्वयं के लिए शेयर खरीदता है उसे रिटेल इन्वेस्टर यानी खुदरा निवेशक कहते हैं। खुदरा निवेशक कम शेयर खरीदता है और उसे ब्रोकरों की संस्थागत निवेशकों के मुकाबले ज्यादा फीस देनी पड़ती है। बाजार के उतार-चढ़ाव में उसकी कोई खास भूमिका नहीं होती; क्योंकि सामान्यतः बाजारों पर संस्थागत निवेशकों का प्रभुत्व रहता है। हाँ, संस्थागत निवेशकों की खरीद-फरोख्त से खुदरा निवेशक जरूर प्रभावित हो सकता है।

रिएक्शन (प्रतिक्रिया)

शेयरों के मूल्य में किसी भी कारण से आयी गिरावट जैसे– कम्पनी के खराब प्रदर्शन, लाभ में आयी कमी आदि को रिएक्शन या प्रतिक्रिया कहते हैं।

रैंडम वाक

यह परिकल्पना कि शेयरों के मूल्य बेतरतीब ढंग से उठते-गिरते हैं; क्योंकि एक प्रतिस्पर्धात्मक बाजार में निवेशक किसी शेयर के मूल्य निर्धारण से सम्बन्धित सारे तथ्यों को पूरी तरह से खोजबीन कर लेता है। इसके बाद होने वाले सारे बदलाव अचानक व बेतरतीब होते हैं और इनके बारे में कोई पूर्व-घोषणा नहीं की जा सकती है। रैंडम वाक के जोखिम को अपने पोर्टफोलियों के विविधीकरण के जरिये कम किया जा सकता है।

रनिंग अहेड

जब कोई ब्रोकर अपने ग्राहक के आर्डर के पहले ही, स्वय ही किसी शेयर की खरीद या फरोख्त करता है तो उसे रनिंग अहेड कहा जाता है। जब किसी कम्पनी विशेष के बारे मे किसी ब्रोकरेज फर्म के पास, बाजार विश्लेषकों की सकारात्मक रिपोर्ट पहुंचे तो इस बात की सूचना सबसे पहले ग्राहकों को दी जानी चाहिये उसके बाद ही ब्रोकरो को स्वय का शेयर खरीदना चाहिये। ग्राहक से पूछताछ किये बिना स्वय खरीद-फरोख्त करना या रनिंग अहेड एक गैरकानूनी गतिविधि है।

रियल इंटरेस्ट रेट (वास्तविक ब्याज दर)

दीर्घावधि सावधि ब्याज प्रतिभूतियों मे रियल इंटरस्ट रेट यानी वास्तविक ब्याज दर बहुत महत्व रखती है। चालू ब्याज दर मे से मुद्रास्फीति की दर को घटा देने से वास्तविक ब्याज दर निकलती है।

रिडीम्ड प्रिफरेंस शेयर

ऐसे शेयरों की पूजी कम्पनी को एक निर्धारित समय के पश्चात् शेयरधारकों को लौटानी पडती है तथा इन पर निर्धारित लाभांश का भी भुगतान करना पडता है।

रिसीजन

आर्थिक गतिविधियो मे गिरावट की प्रवृत्ति को रिसीजन या मंदी कहते हैं। देश के सकल घरेलू उत्पाद में लगातार दो तिमाही तक गिरावट की प्रवृत्ति बने रहने को अर्थशास्त्री 'मंदी' कहते हैं। इसका शेयर बाजारों पर भी प्रतिकूल प्रभाव पडता है और शेयरो मे भी मंदी दिखायी देती है।

एस

शेयर

शेयर कम्पनी की पूँजी का एक भाग होता है। शेयर दो तरह के होते है– सामान्य शेयर और चुनिंदा शेयर। चुनिंदा शेयर भी दो प्रकार के होते हैं– संचयी चुनीदा शेयर और असंचयी चुनिंदा शेयर।

(1) **चुनिंदा शेयर (प्रिफरेंश शेयर)** – इस शेयर के खरीदार एक निश्चित दर पर लाभांश के हकदार होते है। यह लाभांश उन्हे सामान्य शेयर के खरीदारों से पहले दिया जाता है।

(2) **संचयी चुनिंदा शेयर (क्यूम्यूलेटिव प्रिफरेंश शेयर)** – इस प्रकार के शेयरो पर दिये जाने वाले लाभांश का भुगतान उसी वर्ष न करके उसे अगले वर्षों के लिए स्थगित कर दिया जाता है, जिसका भुगतान आने वाले वर्षों मे होने वाले लाभ मे से किया जाता है।

(3) **असंचयी चुनिंदा शेयर (नन-क्यूम्यूलेटिव प्रिफरेंश शेयर)** – इस प्रकार के शेयरों के खरीदारों को मिलने वाले लाभांश का किसी खास वर्ष में भुगतान न

होने पर उस वर्ष के लाभांश को समाप्त माना जाता है। लाभांश के भुगतान को स्थगित नहीं किया जाता।

(4) **सामान्य शेयर**— इस प्रकार के शेयरों के मूल्य में बाजार की शक्तियों के कारण उतार-चढ़ाव होता रहता है। इस प्रकार के शेयरों का खरीदार रातों-रात लखपति हो सकता है या शेयरों के मूल्य में असामान्य रूप से गिरावट के कारण सारा धन गवां भी सकता है। इस प्रकार के शेयरों का खरीदार उस कम्पनी का एक भागीदार हो जाता है और उस कम्पनी की कार्यप्रणाली पर नियंत्रण भी रखता है। सामान्य शेयर के खरीदार का भाग्य कम्पनी के भाग्य पर निर्भर करता है। यदि कम्पनी को लाभ होता है, तो उसमें से शेयरधारक को भी लाभांश मिलता है और यदि कम्पनी को हानि होती है, तो शेयरधारक का पैसा डूबता है। इस प्रकार का निवेश जोखिम-भरा पूँजी-निवेश है।

शेयर लिस्टिंग

मान्यता प्राप्त स्टॉक एक्सचेंजों मे केवल उन्हीं शेयरों का लेन-देन होता है जो किसी स्टॉक एक्सचेंज में सूचीबद्ध होते हैं। किसी भी पब्लिक लिमिटेड कम्पनी को स्टॉक एक्सचेंज में नामांकित अथवा सूचीबद्ध कराने के लिए वैधानिक रूप से बाध्य नहीं किया जा सकता, किन्तु सूचीबद्ध कम्पनियों के शेयरों का लेन-देन करने में निवेशकर्ताओं का विश्वास अधिक होता है; क्योंकि किसी भी प्रकार की गड़बड़ी होने पर निवेशकर्ता अपने मान्यता प्राप्त दलालों से सीधे सम्पर्क कर सकते हैं एवं उनके विरुद्ध स्टॉक एक्सचेंज की प्रशासनिक समिति मे अपनी शिकायत दर्ज करा सकते हैं। प्रत्येक कम्पनी को स्टॉक एक्सचेंज में सूचीबद्ध कराने के लिए कुछ निम्नलिखित महत्वपूर्ण शर्तों को पूरा करना आवश्यक होता है—

(1) कम्पनी जितनी शेयर पूँजी जारी करती है, उसमें से निर्धारित मात्रा में सामान्य जनता, सरकारी विकास विनियोग एजेन्सियों एवं सार्वजनिक वित्तीय संस्थाओं के लिए होनी चाहिए।

(2) कम्पनी को नए इश्यू जारी करने से पूर्व इसका सार्वजनिक विज्ञापन देना अनिवार्य है।

(3) नए इश्यू से सम्बन्धित एक कार्य-प्रणाली एवं नियमावली को जारी करना आवश्यक है।

स्टॉक एक्सचेंज

स्टॉक एक्सचेंज उस स्थान को कहते हैं जहाँ शेयरों एवं प्रतिभूतियों का लेन-देन होता है। इसे स्टॉक मार्केट अथवा शेयर बाजार के नाम से भी जाना जाता है। शेयर बाजार में माँग एवं पूर्ति के आधार पर प्रतिभूतियों की कीमतें निर्धारित की जाती हैं। अब तक स्टॉक एक्सचेंज प्रतिभूति संविदा (नियमन) अधिनियम, 1956 के द्वारा पारित आदेश एव नियमों के तहत कार्य करते थे, किन्तु वर्तमान में इनका नियन्त्रण 'सेबी' के अधीन है। स्टॉक एक्सचेंज या शेयर बाजार एक स्वतंत्र बाजार है, जहाँ शेयर और डिबेंचर की खरीद-बिक्री शीघ्र, निष्पक्ष और प्रभावी ढंग से होती है। इस बाजार में खरीदने

और बचने के लिए नकद धनराशि की जरूरत नहीं पडती। यहाँ का सारा कामकाज ब्रोकरों (दलालों) के माध्यम से किया जाता है। स्टॉक एक्सचेंज में दलाल या उसके एजेंट केवल इशारों में बात करते हैं, जो बाहर के व्यक्ति के लिए एक अबूझ पहेली होती है। भारत में इस समय 21 मान्यता प्राप्त स्टॉक एक्सचेंज हैं। मुम्बई का स्टॉक एक्सचेंज सबसे बड़ा है, जहाँ का रोजाना का कारोबार अन्य सभी स्टॉक एक्सचेंजों के प्रतिदिन के कुल कारोबार से भी ज्यादा का होता है। एक राष्ट्रीय स्टॉक एक्सचेंज की स्थापना भी वरली, मुम्बई में की गई है। इसके अलावा पूरी तरह से कम्प्यूटराईज्ड स्टॉक एक्सचेंज, ओवर दी काउंटर एक्सचेंज ऑफ इण्डिया की स्थापना भी मुम्बई में की गई है, जिसकी शाखाओं को भारत के 25 प्रमुख स्थानों पर खोलने की योजना है।

सब-ब्रोकर (उप-दलाल)

उप-दलाल यद्यपि स्टॉक एक्सचेंज के लेन-देन में सीधे प्रवेश नहीं कर सकते किन्तु ये बाहरी व्यक्तियों से व्यापार लेकर अपने दलाल या नियोक्ता (ब्रोकर) को दे देते हैं। पुनः व्यापार प्राप्त करने के लिए विज्ञापन देने का अधिकार दलालों को नहीं होता है तथा इस काम को उप-दलाल सम्पन्न करते हैं।

सेकण्डरी मार्केट

सेकेण्डरी बाजार उस बाजार को कहते हैं जहाँ प्रतिभूतियों का विनमय विभिन्न निवेशकों के मध्य ही होता है। दूसरे शब्दों में पहले से जारी प्रतिभूतियों का क्रय-विक्रय दलालों के माध्यम से किया जाता है।

सेक्योर्ड सिक्यूरिटीज (सुरक्षात्मक प्रतिभूतियां)

शेयर बाजार के सन्दर्भ में सुरक्षात्मक प्रतिभूतियां उन शेयरों को कहा जाता है जो कि औसत शेयरों के मुकाबले ज्यादा स्थिर होती हैं। इनमें निवेशक द्वारा किये गये निवेश पर सुरक्षित किस्म का लाभ होता है। चूँकि इनके मूल्यों में ज्यादा उतार-चढ़ाव नहीं होते इसलिए बहुत ज्यादा आय देने के लिए इन्हें उपयुक्त नहीं समझा जाता। लेकिन किसी फंड के पोर्टफोलियो के सन्दर्भ में इसतरह की प्रतिभूतियों का विशेष महत्व होता है। किसी भी पोर्टफोलियो में इस तरह के शेयर अच्छी संख्या में पाये जाते हैं; क्योंकि गिरते हुए बाजार में भी स्थायी आय देने में ये काफी उपयोगी साबित होते हैं। इस बात को पोर्टफोलियो प्रबंधन की अच्छी नीतियों में शुमार किया जाता है कि गिरते हुए बाजार में सुरक्षित प्रतिभूतियों में निवेश करना चाहिए और तेज होते बाजार में परिवर्तनशील शेयरों में निवेश करना चाहिए।

स्मॉल इनवेस्टर (छोटा निवेशक)

यह निवेशक बहुत छोटी मात्रा में खरीद-फरोख्त करता है, बस इतना कि ब्रोकर उसे बरदाश्त कर ले और उसे बाहर का रास्ता न दिखलाये। हालांकि वह एक बहुत बड़ी भीड़ का हिस्सा होता है, लेकिन कम्पनी या ब्रोकर के लिए उसका व्यक्तिगत महत्व नगण्य ही होता है। वह नये इश्युओं के लिए आवेदन करता है, द्वितीयक बाजार में

कम मूल्य वाले शेयर खरीदने के लिए उकसा दिया जाता है जिन्हें बाद में उसे घाटा उठाकर बेचना पड़ता है। छोटा निवेशक जोखिम उठाने से हिचकता है, वह अधीर होता है और आमतौर पर उसके पास जानकारी का अभाव होता है। उसके लिए तो सुरक्षा बस म्युचुअल फंड मे ही निहित है जो खुले दिल से उसका स्वागत करेंगे।

स्टॉक डिविडेंड

कई बार कम्पनियां नकद धन को अपने पास बचाये रखने की मंशा से शेयरधारकों में नकद लाभांश की जगह अतिरिक्त शेयर वितरित कर देती हैं। इन अतिरिक्त शेयरों को स्टॉक डिविडेंड कहा जाता है। ये अतिरिक्त शेयर अधिकृत होते हैं और बोनस इश्युओं से अलग होते है।

स्टॉक स्प्लिट

यह मूलतः अमेरिका का प्रचलित शब्द है जहाँ इसका आशय बोनस शेयरो के जारी किये जाने से होता है। स्टॉक स्प्लिट से शेयर के अंकित मूल्य में कमी आ जाती है और ऊँचे मूल्य वाला शेयर कम मूल्य के शेयरों के रूप में टूट सकता है। जैसे कि स्टॉक स्प्लिट की वजह से टिस्को का 100 रुपये का एक शेयर दस रुपये के दस शेयरों में टूट जाता है। स्टॉक स्प्लिट किसी कम्पनी के शेयरों के बाजार का आकार बढा देते हैं और उनके कारोबार को अधिक सक्रिय कर देते हैं।

शार्ट सेलिंग

किसी सट्टेबाज द्वारा ऐसे शेयरों को बेचा जाना जो उसके पास नहीं है। वह साधारणतः अपने स्टॉक-ब्रोकर से शेयर उधार ले लेता है और यह वादा करता है कि वह एक निश्चित तारीख तक उनको लौटा देगा। यह वादा इस उम्मीद में किया जाता है कि उस तारीख तक शेयरों की कीमत गिर जायेगी। अगर वास्तव में कीमत गिर जाती है तो वह कम कीमत पर शेयर खरीदकर लौटा देता है और इस तरह कीमतों में अंतर से मुनाफा कमा लेता है। लेकिन अगर कीमत बढ़ जाती है तो उसे ज्यादा कीमत पर ही शेयर खरीदकर लौटाने पड़ते है और इस तरह से नुकसान उठाकर अतिरिक्त मूल्य उसे अपनी जेब से चुकाना पड़ता है।

शॉर्ट कवरिंग व शॉर्ट पोजीशन

यह दोनों ही शब्द शॉर्ट सेलिंग से ही सम्बन्ध रखते है। शॉर्ट पोजीशन उस स्थिति को कहते हैं जब सट्टेबाज उधार के सार्टिफिकेट लेकर शेयरों को बेच तो देता है, लेकिन उनकी पूर्ति करने के लिए तय तारीख तक दूसरे शेयर खरीद नहीं पाता है। शॉर्ट सेलर शेयर उधार लेकर ही अपना काम चलाता है। जब वह शॉर्ट सेलिंग के समय पहले उधार लिये गये शेयरों की पूर्ति के लिए, जिन्हें वह बेच चुका होता है, वास्तव मे दूसरे शेयर खरीदता हैं जो उसे शॉर्ट कवरिंग कहा जाता है यानी शॉर्ट पोजीशन को दूर करने के प्रयास को शॉर्ट कवरिंग कहा जाता है।

सॉफ्ट मार्केट

एक ऐसा बाजार जिसमें बिकवालों का दबदबा हो और लिवाल बहुत ही कम हो। ऐसे में बिकवाली का हल्का-सा भी दबाव कीमतों को और गिरा देता है। इसे सॉफ्ट या नरम इसलिए कहा जाता है; क्योंकि यह आसानी से दबाव में आ जाता है।

स्पॉट डिलीवरी

करार के दिन ही या अगले दिन भुगतान के बदले शेयरों की डिलीवरी किया जाना 'स्पॉट डिलीवरी' कहलाता है। अखबारों में छपने वाले शेयर-भावों में स्पॉट डिलीवरी को अलग से सूचित किया जाता है। स्पॉट डिलीवरी वाले शेयरों के भाव सामान्य शेयरों से कुछ ज्यादा होते हैं।

सॉफ्ट स्पॉट (नाजुक बिंदु)

सामान्य तौर पर एक चढ़ते हुए बाजार में कुछ खास कम्पनियों के शेयर या किसी समूह की कम्पनियों के शेयर ऐसे होते हैं, जिनकी कीमतें गिरी हुई रहती हैं। इन्हें सॉफ्ट स्पॉट या नाजुक बिंदु कहा जाता है; क्योंकि इनके जरिये बाजार पर दबाव बनाया जा सकता है।

स्पेकुलेशन

यह शेयर बाजारों की सट्टेबाजी का एक रूप है। इसमें कोई व्यक्ति ज्यादा से ज्यादा पूंजीगत लाभ कमाने के इरादे से अपने निवेश किये गये मूल धन की चिंता किये बगैर अत्यधिक जोखिम उठाता है। जिस अवधि में लाभ कमाने की आकांक्षा होती है, वह बहुत ही छोटी होती है। अवधि जितनी छोटी होगी, निवेश उतना ही स्पेकुलेटिव होगा।

स्विच ऑर्डर

शेयरों की खरीद के बारे में ब्रोकर को दिया जाना वाला निर्देश। यह निर्देश दो भागों में होता है। दूसरे भाग का क्रियान्वयन पहले भाग पर निर्भर होता है। उदाहरण के तौर पर अगर यह कहा जाय कि टिस्को के पाँच हजार शेयर पाँच सौ रुपये के हिसाब से बेचकर टेल्को के दस हजार शेयर 525 रुपये के हिसाब से खरीद लो, तो यह स्विच ऑर्डर कहलायेगा।

स्विचिंग

यूनिट ट्रस्ट या अन्य किसी म्यूचुअल फंड की किसी एक स्कीम में से दूसरी स्कीम में स्थानान्तरण, बशर्ते कानून इस बात की इजाजत देते हों। इस काम के लिए स्विचिंग शुल्क भी वसूला जा सकता है। हाल के समय में स्विचिंग शब्द का इस्तेमाल म्यूचुअल फंड के अलावा किसी कम्पनी के शेयरों की अदला-बदली के लिए भी होने लगा है। पिछले साल रिलायंस का शेयर स्विचिंग प्रकरण काफी उछला था जिसमें कम्पनी ने अपने कुछ शेयरधारकों को दिये जाने वाले शेयरों की अदला-बदली कर दी थी लेकिन यह एक गैर-कानूनी प्रक्रिया थी।

स्नोबॉलिंग

जब किसी शेयर का मूल्य एक निश्चित स्तर पर पहुँच जाता है तो खरीदने अथवा बेचने के लिए रुके पडे बहुत से सौदे सक्रिय हो जाते हैं। इससे बाजार के उठने या गिरने पर दबाव पड़ता है। फलस्वरूप रुके हुए सौदों की गति मे और तेजी आ जाती है और इससे बाजार के उठने या गिरने पर और दबाव पडता है। इसे स्नोबॉलिंग प्रभाव कहते हैं।

स्पेक्टेल (स्पेक्यूलेटर कम रिटेल डीलर)

सट्टेबाजी के साथ-साथ शेयरों की खुदरा बिक्री का काम करने वाले ब्रोकर स्पेक्टेल कहलाते हैं। स्पेक्टेल ब्रोकर का मुख्य धंधा तो अपने खाते के लिए सट्टेबाजी करना होता है लेकिन वे खुदरा खरीदारों के खातो का भी काम देखते हैं।

स्पेशल डिलीवरी

जब निर्धारित सीमा मे शेयरों की डिलीवरी या भुगतान हो पाने की गुजाइश नहीं होती है तो स्टॉक एक्सचेंज की अनुमति से करार किये जाते वक्त ही इस काम के लिए कोई अन्य तारीख तय कर ली जाती है। उस दिन होने वाली डिलीवरी को स्पेशल डिलीवरी कहा जाता है।

स्प्लिट

बोनस शेयरों के वितरण में काम आने वाला शब्द। इसके जरिये हर मौजूदा शेयर का स्वामित्व-मूल्य तोड दिया जाता है। स्प्लिट तब होती है जब कम्पनी शेयर का सम मूल्य कम करने का फैसला करती है और इसके लिए उसी अनुपात में कम मूल्यो वाले शेयर जारी कर देती है। उदाहरण के तौर पर 100 रुपये मूल्य के किसी शेयर को 10-10 रुपये मूल्य के दस शेयरों में विभाजित किया जा सकता है। रिवर्स स्प्लिट में ऐसे 10 शेयरों के लिए 100 रुपये मूल्य का एक शेयर जारी कर दिया जाता है। हालांकि रिवर्स स्प्लिट का प्रचलन अब कम हो गया है।

स्टैग

ऐसा सट्टेबाज जो फटाफट लाभ कमाने की धुन में काम करता हो, स्टैग कहलाता है। स्टैग लम्बी या मध्य अवधि के निवेश के लिए शेयर नहीं खरीदता। वह एक हाथ से खरीदने और दूसरे हाथ से बेचने का काम करता है। इस परिभाषा में नये इश्युओं मे पैसा लगाने वालो वे निवेशक भी आते हैं जो आवंटन मिलते ही अपने शेयर बेचकर प्रीमियम कमाने की फिराक में रहते है।

स्टैगफ्लेशन

यह शब्द स्टेगनेशन यानी मंदी और इनफ्लेशन यानी मुद्रास्फीति को मिलाकर बना है। यानी एक ही समय मंदी और ऊँची मुद्रास्फीति की स्थिति स्टैगफ्लेशन कहलाती है। धीमे आर्थिक विकास के साथ अधिक बेरोजगारी और ऊँची मुद्रास्फीति की स्थिति को स्टैगफ्लेशन कहते हैं

सेल्फ

छोट निवेशकों को 'खोखा' में तरलता उपलब्ध कराने के लिए तैयार की गयी स्कीम। इस स्कीम के तहत कोई बैंकर या निवेश फर्म अंशत. परिवर्तनीय डिबेंचरधारको की सहायतार्थ, उपयुक्त डिस्काउट पर डिबेंचरों के अपरिवर्तनीय भाग 'खोखा' को खरीदने के लिए तैयार हो जाती है। इस सौदे से दोनो पक्षों को फायदा मिलता है। बेचने वाला सात से नौ सालों के लिए ससाधन वापस पा जाता है जबकि खरीदार को बढिया ब्याज मिल जाता है। 'खोखा' पार्टली कनवर्टिबल यानी आशिक रूप से परिवर्तनीय डिबेंचर का वह भाग होता है जो अपरिवर्तनीय है।

शॉर्टटर्म (अल्पावधि)

निवेश के सन्दर्भ में एक साल से कम की अवधि को शॉर्ट टर्म या अल्पावधि कहते है।

स्प्लिट ऑर्डर

एक खास अवधि मे शेयरों की खरीद या ब्रिकी के बारे में कोई बड़ा ऑर्डर। लेकिन इसमें सारी खरीद या बिक्री एक साथ नहीं करनी होती। इसके बजाय ऑर्डर छोटी-छोटी मात्राओं में इस तरह से विभाजित होता है कि उसका बाजार पर कोई असर न पड़े।

सनराइज़ इंडस्ट्रीज

तेजी से बढ़ते ऐसे उद्योग जिनके बेहतर प्रदर्शन से देश की अर्थव्यवस्था पर सकारात्मक प्रभाव पडता हो। उदाहरण के लिए कम्प्यूटर उद्योग, फाइबर ऑप्टिक्स केबल्स, ऑफशोर ड्रिलिंग आदि। इन क्षेत्रों में लगी कम्पनियों के शेयरों में निवश लम्बी अवधि में लाभकारी साबित हो सकता है।

सनसेट इंडस्ट्रीज

ऐसे उद्योग जिनकी हालत अच्छी न हो। ऐसा हो सकता है कि वे किसी समय मे तो लाभदायी रहे हो, लेकिन अब उनका प्रदर्शन और स्थिति अच्छी न हो, ऐसे उद्योगो को सनसेट इडस्ट्रीज या डूबते हुए उद्योगों की संज्ञा दी जाती है।

सपोर्ट लेवल

तकनीकी इस्तेमाल में प्रयुक्त होने वाला शब्द जिसका अर्थ होता है एक ऐसा बिंदु जहाँ पहुँचकर किसी शेयर का भाव गिरना बंद हो जाता है। दूसरे शब्दों में कहे तो मूल्य की वह स्थिति जहाँ पहुँचकर शेयर की मांग, आपूर्ति मे ज्यादा हो जाती है। इस बिंदु को सपोर्ट लेवल या समर्थन स्तर कहते हैं। अगर इस स्तर के बाद भी शेयर के मूल्य गिरते जाते हैं तो सभवत: फिर वे आगे भी गिरते ही जायेंगे।

सेलर्स मार्केट (बेचने वालों का बाजार)

जब शेयर बाजार में शेयरों की मांग के अनुपात में उनकी उपलब्धता मे कमी आ जाय और बढ़ी माग की वजह से उनके मूल्य ऊँचे हो जाय तो बाजार को सेलर्स मार्केट की संज्ञा दी जाती है। यह अवस्था बाजार में तेजी की सूचक होती है और यह बायर्स यानी खरीदने वालों के बाजार के विपरीत दिशा का घोतक है

स्लंप (मंदी)

व्यापार-चक्र की वह निम्नतम सीमा-रेखा जब मूल्य और रोजगार अपने निम्नतम स्तर को छू रहे हों, स्लंप या मंदी कहलाती है। शेयरों के मूल्यों में आने वाली गिरावट भी मंदी की सूचक होती है।

शेयर इण्डेक्स

शेयर इण्डेक्स या निर्देशांक चुनिंदा शेयरों के मूल्यों में होने वाले उतार-चढ़ाव का मापक होता है। इसमें होने वाले परिवर्तनों से बाजार मूल्यों की स्थिति और उसकी दिशा के बारे में जानकारी मिलती है। शेयर इण्डेक्स को 'सेनसेक्स' भी कहते हैं। देश के अग्रणी स्टॉक एक्सचेंज मुम्बई शेयर बाजार के संवेदनशील सूचकांक का विशेष महत्व है। इसी प्रकार राष्ट्रीय शेयर बाजार का भी सूचकांक होता है।

सेनसेक्स

सेंसेटिव और इण्डेक्स इन दोनों शब्दों का संधि करके 'सेनसेक्स' बनाया गया है, जिसका अभिप्राय संवेदी सूचकांक होता है।

स्पेशिफाइड शेयर

जिन शेयरों की डिलीवरी निपटान तिथि पर लेनी या देनी आवश्यक नहीं होती है उन शेयरों को वर्गीकृत शेयर या स्पेसिफाइड शेयर की संज्ञा दी जाती है। ऐसे शेयर प्राय 'ए' ग्रुप के शेयर के नाम से जाने जाते है। इन शेयरों का सेटिलमेण्ट प्रायः अगली निपटान तिथि तक विलम्बित कर बदले का भुगतान होता है।

सीजंड शेयर

एक ऐसा इश्यू जो बहुत बड़ी संख्या में निवेशकों के बीच बिका हो और जिसमें अब काफी सक्रियता से कारोबार हो रहा हो। इसके अलावा शेयर बाजार में उसमें तरलता भी प्राप्त हो।

सेटिलमेण्ट डेट (निपटान तिथि)

शेयरों के सौदे का निपटान या भुगतान अनुबंध तिथि से सात अथवा पन्द्रह दिनों के अन्दर ही करना आवश्यक होता है। कार्यकारी रूप से यह निपटान तिथि कहलाती है। निपटान अवधि में घट-बढ़ भी सम्भव है।

सेबी (सिक्यूरिटीज एण्ड एक्सचेंज बोर्ड ऑफ इण्डिया)

निवेशकों के हितों की रक्षा करने, शेयर बाजार में अनुचित गतिविधियों को रोकने तथा पूँजी बाजार को विकसित करने के उद्देश्यों के लिए एस.ए. दवे की अध्यक्षता में गठित समिति ने एक भारतीय प्रतिभूति एवं विनिमय बोर्ड के गठन की संस्तुति की थी, जिसके अनुसार 1988 में इस संस्था का गठन हुआ। 30 जनवरी, 1992 को सरकार द्वारा जारी एक अध्यादेश से इसे वैधानिक दर्जा प्राप्त हो गया। वर्तमान में स्टॉक एक्सचेंज के दलालों, उप-दलालों, मर्चेन्ट बैंकर्स, पोर्टफोलियो मैनेजर्स तथा म्यूचुअल फण्ड्स इत्यादि की गतिविधियाँ 'सेबी' द्वारा नियन्त्रित नियमों के अधीन ही सम्पादित होती हैं

शार्ट इण्टरेस्ट थ्योरी

उधार लेकर बेचे गये ऐसे शेयरों की कुल संख्या जिनकी शार्ट कवरिंग न की गयी हो, शॉर्ट इण्टरेस्ट कहलाती है। शॉर्ट इण्टरेस्ट थ्योरी कहती है कि यदि किसी शेयर की बड़ी संख्या में शॉर्ट सेलिंग हो रही हो तो इसका मतलब है कि उसका मूल्य बढ़ने वाला है। हालांकि शार्ट सेलिंग की वजह से ऐसा लग सकता है कि मूल्य गिरेंगे लेकिन सच यह है कि इससे मूल्यों के बढ़ने की संभावना प्रबल होती है। ऐसा इसलिए क्योंकि शॉर्ट सेलिंग को कवर भी किया जाता है। इससे स्वाभाविक है कि भाव उठेंगे। संक्षेप में कहें तो शॉर्ट सेलिंग को कवर करने के लिए शेयर खरीदने पड़ेंगे। इससे उनके भाव उठने की संभावना प्रबल होगी।

शॉर्टस्क्वीज

उठते बाजार में अपनी उधारी चुकाने के लिए शॉर्ट सेलरों पर पड़ने वाला दबाव शॉर्ट स्क्वीज कहलाता है। बड़े नुकसान से बचने के लिए शॉर्ट सेलरों को सामान्यतः स्टॉक को घाटे पर खरीदना पड़ता है, लेकिन उनकी खरीद से मूल्य फिर ऊपर बढ़ने लगता है।

शेयर होल्डर इक्विटी (शेयरधारक की इक्विटी)

किसी कम्पनी द्वारा अपनी नेट वर्थ या शुद्ध क्षमता का आंकलन करने के लिए अपनी वित्तीय रिपोर्ट में इस्तेमाल किया जाने वाला शब्द। कम्पनी की संपत्ति में से उसके सारे दायित्वों को घटा देने से जो बचे वह शेयरों की इक्विटी कहलाती है। कम्पनी की नेटवर्क में इक्विटी और प्रिफरेन्स सभी प्रकार के शेयरों के अंकित मूल्य प्रीमियम पर जारी किये गये शेयरों के जरिये उगाही गयी अतिरिक्त पूंजी और लाभांश में दिये जाने के बाद बची अवितरित आय सम्मिलित होती है।

शार्क (रेडर)

अधिग्रहण की कला में विशेषज्ञता रखने वाला व्यक्ति जो किसी टारगेट कम्पनी में बड़ी संख्या में शेयरों को खरीदकर उसे अपनी इच्छानुसार चलाता है। शार्क अथवा रेडर कहलाता है। शार्क या रेडर एक अकेला व्यक्ति भी हो सकता है या कोई संस्था भी। वह प्रबंधकों की अपनी टीम की नियुक्ति कर नयी नीतियां तैयार करता है और कम्पनी को अपने ढंग से चलाता है।

सेंसिटिव मार्केट (संवेदनशील बाजार)

ऐसा बाजार जो अच्छी या बुरी खबर से जल्दी ही प्रभावित हो जाता है।

शेक आउट

किसी उद्योग में लगी ढीली-ढाली वित्तीय स्थिति वाली कम्पनियाँ बाजार की स्थितियाँ बदलने पर अकसर दिवालियेपन की कगार पर पहुंच जाती हैं, इसे शेक आउट कहते हैं। जब बाजार में एक ही श्रेणी की सेवाएँ या उत्पाद बेचने के लिए बहुत-सी कम्पनियाँ होती हैं और जब बेचने वालों की संख्या खरीदने वाले से ज्यादा होती है तो शेक आउट की स्थिति पैदा हो जाती है और बहुत सी कम्पनियाँ बाजार के बाहर पहुँच

जाती है। इसी तरह से बाजार में सट्टेबाज या अनुभवहीन निवेशक भी शेक आउट का शिकार हो सकते है।

सेलिंग शार्ट

किसी सट्टेबाज द्वारा ऐसे शेयरों की बिक्री का वादा जो उसके पास है ही नहीं। वह यह वादा इस उम्मीद में करता है कि उस समय एक शेयर के मूल्य गिर जाते हैं तो वह शेयरों को कम दामों पर बेचकर खरीद और बिक्री के अन्तर से लाभ कमा लेता है। दूसरी तरफ यदि भाव उठ जाते हैं तो उसे ऊँचे भाव पर शेयर खरीदने पड़ते हैं और नुकसान उठाना पड़ता है।

सेंटीमेण्ट इंडिकेटर्स (धारणा सूचक)

तेजी या मंदी की धारणा का आकलन। उदाहरण के लिए अगर अधिसंख्य निवेशक के मनोभाव से तेजी का रुख प्रदर्शित हो रहा है तो बाजार गिरने वाला है और अगर उनके रुख में मंदी है तो बाजार उठने वाला है।

सेलिंग क्लाइमेक्स

तकनीकी विश्लेषण में प्रयुक्त होने वाला शब्द जिसका आशय शेयरों के मूल्यों में अब तक आयी गिरावट से होता है।

सिक्योरिटी (प्रतिभूति)

प्रतिभूति एक प्रकार का दस्तावेज है जो उसके स्वामी को किसी प्रकार की सम्पत्ति पर स्वामित्व का दावा का करने का अधिकार देता है। प्रतिभूतियों के दो मुख्य प्रकार है— डिबेंचर, बॉण्ड और शेयर। बॉण्ड या डिबेंचरधारक को होल्डिंग अवधि के लिए सिर्फ एक नियत ब्याज ही मिलता है, जबकि शेयरधारक कम्पनी का आंशिक रूप से कम्पनी का स्वामी हो जाता है। शेयरधारक कम्पनी के लाभ अथवा हानि में भागीदार रहता है जबकि डिबेंचर या बॉण्डधारकों के मामले में ऐसा कुछ नहीं है।

सेलिंग आन द गुड न्यूज (अच्छी खबर के आधार पर बिक्री करना)

इस अनुमान के आधार पर आधारित प्रवृत्ति कि अगर किसी कम्पनी के बारे में कोई अच्छी खबर छपी है तो अधिसंख्य निवेशक उसके शेयर खरीदेंगे और शेयरों के भाव ऊपर चढ़ जायेंगे। वह व्यक्ति भी अच्छी खबर के आधार पर बेचता है, आगे नयी खबरों की प्रतीक्षा नहीं करता, क्योंकि उसे इस बात का डर रहता है, आने वाली खबर हो सकता है अच्छी न हो।

स्केल ऑर्डर

ब्रोकर को काफी बड़ी संख्या में, लेकिन धीरे-धीरे चरणबद्ध तरीके से, छोटे-छोटे लाटों में शेयर खरीदने या बेचने का आदेश देना स्केल आर्डर कहलाता है। इसके पीछे उद्देश्य यह होता है कि काफी बडी संख्या में शेयरों के खरीद लिये जाने अथवा बेच दिये जाने से, उस शेयर का भाव क्रमशः चढ़ या गिर न जाय

स्क्रपलिंग

एक अनैतिक प्रवृत्ति जिसके तहत कोई निवेश विश्लेषक या परामर्शदाता किसी ग्राहक से किसी शेयर विशेष को खरीदने की सिफारिश इसलिए करता है, क्योंकि उसने स्वयं अपने एकाउंट के लिए एक शेयर खरीदा होता है। शेयर की और ज्यादा खरीद हो जाने से उसके मूल्यों के बढ़ जाने की अच्छी संभावना होती है और अंततः परामर्शदाता या निवेशक को उससे लाभ मिलता है।

स्क्रिप— शेयर सर्टीफिकेट या शेयर प्रमाण-पत्र को स्क्रिप भी कहा जाता है।

स्पॉट (एस डब्लू ओ टी) विश्लेषण

किसी कम्पनी की आधारभूत क्षमता का विश्लेषण करने के लिए अपनाया जाने वाला फार्मूला जिसके तहत कम्पनी की शक्ति (स्ट्रेंथ यानी एस), कमजोरियों (वीकनेसेज यानी डब्ल्यू), बिजनेस के अवसरों (बिजनेस ऑफ परच्यूनिटीज यानी ओ) और खतरों (थ्रेट्स यानी टी) का अध्ययन कर उनके आधार पर कम्पनी की समग्र स्थिति का विश्लेषण किया जाता है।

सिस्टेमेटिक रिस्क

निवेश से जुड़ा ऐसा जोखिम जो एक श्रेणी की सभी प्रतिभूतियों पर लागू होता है और जिससे अपने पोर्टफोलियो के विविधीकरण के बावजूद बचाया न जा सके। उदाहरण के लिए आर्थिक सामाजिक अथवा राजनीतिक कारक सभी प्रकार के शेयरों पर एक-सा प्रभाव डालते हैं। यही कारण है कि बाजारों में मोटेतौर पर सभी शेयरों के मूल्य एक साथ उठते और गिरते हैं।

स्टॉक आप्शन

शेयरों के कारोबार के मामले में एक निश्चित अवधि में किसी शेयर को किसी निश्चित मूल्य पर खरीदना या बेचना सही होता है। स्टॉक आप्शन उस सौदे को कहते है जिसके तहत किसी व्यक्ति को किसी कम्पनी के शेयर, उसके बाजार भावों से कम दाम पर उपलब्ध कराये जाते हैं। सामान्यतः कम्पनियाँ अपने कर्मठ अधिकारियों को ईनाम के रूप में स्टॉक आप्शन देती हैं। कई बार विदेशी सहयोगियों के सामने भी कम्पनियां स्टॉक आप्शन का प्रस्ताव रखती है। अगर विदेशी सहयोगी, कम्पनी के स्टॉक आप्शन प्रस्ताव को स्वीकार कर लें तो इसे कम्पनी की अच्छी प्रगति का द्योतक माना जाता है।

स्टैगनेशन (मंदी)

अर्थव्यवस्था में ठहराव, शेयर बाजारों में निष्क्रियता और कारोबार की धीमी दर की स्थिति स्टैगनेशन यानी मंदी कहलाती है।

टी

ट्रांसफर एजेंट्स

वे व्यावसायिक फर्में जो अपनी क्लाइंट कम्पनियों के शेयरधारकों का रिकॉर्ड रखती हैं, कॉल मनी के भुगतान का प्रमाणपत्रों पर सत्यापन करती हैं शेयरों के

या उनको रद्द किये जाने या शेयर जारी किये जाने के बारे में मंजूरी देती हैं और उसका रिकॉर्ड भी रखती हैं और प्रमाणपत्रों के खो जाने, खराब हो जाने या चोरी चले जाने से पैदा होने वाली समस्याओं का निपटारा भी करती है।

ट्रांसफरी

वह व्यक्ति जो शेयर की खरीद से शेयर प्राप्त करता है या यूं कहें कि शेयर हस्तांतरण फार्म में प्राप्तकर्ता की जगह हस्ताक्षर करने वाला व्यक्ति ट्रासफरी कहलाता है।

ट्रांसफरर

शेयर बिक्री के मामले में हस्तांतरण करने वाला व्यक्ति ट्रांसफरर कहलाता है यानी वह व्यक्ति जो शेयर ट्रांसफर फार्म में हस्तांतरण करने वाले की जगह हस्ताक्षर करता है।

टारगेट प्राइस (लक्षित मूल्य)

जब कोई निवेशक शेयर खरीदता है तो उसके दिमाग में कुछ अनुमान होता है कि शेयर का मूल्य इतना ऊँचा उठ सकता है, इसे ही टारगेट प्राइस यानी लक्षित मूल्य कहते हैं। खरीदे गये शेयरो का दीर्घावधि में इस तरह कोई मूल्य तय कर लेना बुद्धिमानी होती है और जब शेयर का मूल्य वास्तव में उस सीमा तक पहुंच जाएँ तो फौरन उन्हे बेचकर लाभ कमा लेना चाहिए और इस बात की आशा मे उन्हें बचाये नहीं रखना चाहिए कि मूल्य अभी और बढ़ेंगे।

टर्न अराउण्ड

किसी कम्पनी के प्रदर्शन में बेहतरी के लिए आया बदलाव टर्न अराउण्ड कहलाता है। टर्न अराउण्ड से पहले चूँकि कम्पनी की स्थिति अच्छी नही होती इसलिए उसके शेयर के मूल्य कम होते हैं, लेकिन टर्न अराउण्ड के बाद स्थितियां बेहतर हो जाने की संभावनाएँ बनती है। इसलिए टर्न अराउण्ड का समय शेयर खरीदने के लिए उपयुक्त होता है।

टू साइडेड मार्केट (दो तरफा बाजार)

वह बाजार जिसमें खरीद और बिक्री मूल्य पक्के होते है और यह भी निश्चित होता है कि खरीदने वाले और बेचने वाले दोनों ही अपने सौदे को पूरा करेंगे, टू साइडेड मार्केट या दो तरफा बाजार कहलाता है।

ट्रेडिंग हाल्ट

कई बार जब शेयर जारी करने वाली किसी कम्पनी की ओर से की गयी किसी महत्वपूर्ण खबर का विश्लेषण किया जा रहा होता है, तब कुछ समय के लिए उस शेयर का कारोबार रोक दिया जाता है। इसे ट्रेडिंग हाल्ट कहते हैं।

टॉप डाउन इनवेस्टिंग

निवेश के लिए अपनाया जाने वाला एक बुनियादी दृष्टिकोण। इसके अनुसार निवेशक अर्थव्यवस्था के लक्षणों का [illegible] करता है और फिर इन लक्षणों के अनुरूप [illegible]

वाले उद्योगों का चयन करता है और फिर चुने गये उद्यमों में लगी उन कम्पनियों के शेयर खरीदता है, जिनसे लाभ मिलने की सबसे ज्यादा संभावनाएँ हैं। उदाहरण के लिए अगर अर्थव्यवस्था मंदी से उबर रही है तो यह उन कम्पनियों को निवेश के लिए चुन सकता है जो गृह-निर्माण की गतिविधियों जैसे– सीमेन्ट, स्टील आदि के व्यवसाय में लगी हों। इसके बाद वह इन उद्योगों में उठी कम्पनियों का चुनेगा जिनमे विकास की संभावनाएँ सबसे ज्यादा हों।

टोटल यील्ड (कुल प्राप्ति)

निवेश के जरिये निवेशक को होने वाली कुल प्राप्तियां टोटल यील्ड कहलाती है। यानी लाभांश या ब्याज और राइट्स और बोनस इश्युओं के जरिये और निवेश में हुई मूल्य-वृद्धि से होने वाले कुछ पूँजीगत लाभ आदि। टोटल यील्ड यानी कुल प्राप्ति की गणना के लिए निवेश में हुई मूल्य वृद्धि और कुल आय को जोड़कर उन्हें कुल लागत से भाग दे दिया जाता है।

टाइट मनी (संकुचित धन)

धन की सीमित उपलब्धता जिसकी वजह से ऋण प्राप्त कर पाना मुश्किल हो जाता है।

टिप

किसी कम्पनी के बारे में किसी अंदरूनी सूत्र से मिली उस जानकारी को, जिससे शेयर खरीदने या बेचने के बारे में सही फैसला ले सकने में मदद मिल सके, टिप कहते हैं।

टाप आउट

किसी शेयर के मूल्यों में वृद्धि की उस अंतिम सीमा को टाप आउट कहते हैं, जिसके बाद यही संभावना रहती है कि शेयर का भाव या तो जहाँ है वही रहेगा या हो सकता है कि नीचे लुढ़कना शुरू कर दे।

टाइट मार्केट

जब मोटे तौर पर शेयर बाजार या किसी शेयर विशेष का बाजार काफी सक्रिय हो और उसके खरीद एवं बिक्री मूल्यों का अन्तर काफी कम हो तो उसे टाइट मार्केट कहते हैं।

टेक्निकल एनालिसिस (तकनीकी विश्लेषण)

तकनीकी विश्लेषण के अन्तर्गत शेयरों के मूल्यों के ग्राफ या चार्टों का अध्ययन किया जाता है। यह अध्ययन इस धारणा पर टिका होता है कि शेयरों के मूल्य एक सीमा तक पहुँच जाने के बाद लौटकर वहीं आते हैं यानी उनमें खुद को दोहराने की प्रवृत्ति होती है और ऐसा इसलिए कि निवेशकों की मनोवैज्ञानिक प्रवृत्ति एक तय तौर-तरीके से काम करती है। इस तरह से शेयरों के मूल्यों का अध्ययन कर उसके बारे में विश्लेषण किया जाता है। इस तरह से तकनीकी विश्लेषण करने वाले विशेषज्ञ किसी कम्पनी या किसी उद्योग की आधारभूत शक्ति या कमजोरी में रुचि नहीं रखते। वे सिर्फ निवेशक और मूल्यों के व्यवहार का अध्ययन करते हैं

टेण्डर ऑफर

अधिग्रहण के किसी मामले में ऐसा भी हो सकता है कि अधिग्रहण करने वाली कम्पनी लक्षित कम्पनी के शेयरधारकों के सामने उस कम्पनी के शेयरों को आकर्षक मूल्यों पर खरीदने का प्रस्ताव रखे। लक्षित कम्पनी के शेयरधारकों से उनके शेयरों को नकद धन देकर खरीदने का प्रस्ताव टेण्डर ऑफर कहलाता है।

टेक आउट

किसी ब्रोकरेज खाते में किसी खरीद या बिक्री के बाद बची राशि को वापस निकाल लेना टेक आउट कहलाता है।

टेंजिबल एसेट्स (मूर्त परिसंपत्तियां)

भौतिक स्वरूप वाली परिसपत्तियां जैसे बैंक में या हाथ में नकद धन, सोना-चांदी, अचल सम्पत्ति, मशीनरी आदि टेंजिबल एसेट्स यानी मूर्त परिसम्पत्तियां कहलाती हैं।

टारगेट कम्पनी

टेकओवर यानी अधिग्रहण की स्थिति में वह कम्पनी, जिसका अधिग्रहण किया जाना है, टारगेट कम्पनी कहलाती है।

टेक-ए-पोजीशन

दीर्घावधि के लिए कोई शेयर खरीदना अथवा किसी कम्पनी के पाँच फीसदी या उससे ज्यादा जारी शेयरों को खरीदने का काम टेकिंग ए पोजीशन कहलाता है।

टेक डिलीवरी

खरीदे गये शेयरों को वस्तुतः हासिल कर लेना टेकिंग डिलीवरी कहलाता है।

टेक-ए-बाथ

निवेश या सट्टेबाजी की वजह से भारी नुकसान उठाने को टेक-ए-बाथ या डुबकी लगाना कहते हैं। चलती भाषा में कहा जायेगा कि फलां व्यक्ति ने फलां शेयरों में डुबकी लगा ली।

यू

अनलिस्टेट शेयर यानी असूचीबद्ध शेयर

वह शेयर जो किसी भी स्टॉक एक्सचेंज में पंजीकृत नहीं होता इसलिए उसे किसी भी स्टॉक एक्सचेंज की सूची में शामिल नहीं किया जाता। ऐसे शेयरों के धारकों को वह सुरक्षा हासिल नहीं होती जो सूचीबद्ध शेयरों के धारकों को स्टॉक एक्सचेंजों से हासिल होती है। इन शेयरों के साथ काफी जोखिम होता है। इसलिए उनको बेचना अत्यन्त मुश्किल होता है। साधारणतः यह माना जाता है कि कोई शेयर जितने ज्यादा स्टॉक एक्सचेंजों में सूचीबद्ध होगा, उसे उतनी ही तरलता हासिल होगी।

अनस्पेसिफाइड शेयर (अवर्गीकृत शेयर)

इन शेयरों का सेटिलमेण्ट निपटान तिथि तक करना आवश्यक होता है। ये शेयर नान-स्पेशिफाइड अथवा कैश अथवा 'बी' ग्रुप के शेयर के नाम से जाने जाते हैं।

अनलोडिंग

यह उस प्रक्रिया को कहा जाता है जिसमें जब कीमतें गिर रही होती है तो और नुकसान से बचने के लिए शयरों का बेचना शुरू कर दिया जाता है। तेजड़िये जब कीमतो के चढ़ने का इन्तजार करते-करते थक जाते है तो गिरते हुए बाजार में शेयर बेचने लग जाते है जिससे कीमतो मे और भी गिरावट आ जाती है।

अण्डरराइट

किसी नये इश्यू के अनबिके हिस्से को खरीदने के लिए तैयार हो जाने वाले बैंकर या वित्तीय संस्थाएँ अण्डरराइटर कहलाती है। आमतौर पर अण्डरराइटर इस अनबिके हिस्से को खरीदकर बाद में प्रीमियम पर निवेशकों को बेच देते हैं।

अण्डर वैल्यूड शेयर्स (अधोमूल्यित शेयर)

अपनी बुक वैल्यू या पी ई अनुपात (मूल्य अर्जन अनुपात) की अपेक्षा कम भाव पर उपलब्ध शेयर अधोमूल्यित शेयर या अण्डर वैल्यूड शेयर कहलाते हैं। उनकी इस दुर्दशा के लिए बहुत से कारण हो सकते हैं जैसे— हो सकता है कि उद्योग की स्थिति अच्छी न हो या कम्पनी में कोई श्रमिक समस्या चल रही हो या कम्पनी बहुत जानी पहचानी न हो या फिर हो सकता है कि कम्पनी निवेशक का ध्यान ही न आकर्षित कर पायी हो। अधोमूल्यित शेयरों वाली कम्पनियां अकसर अधिग्रहण का निशाना बनती है, क्योंकि उनके शेयर बहुत सस्ते मे खरीदे जा सकते हैं।

अनऑफिशियल प्रीमियम

जब कोई नया इश्यू बाजार मे आ जाय लेकिन उसके शयरों का आवंटन किया जाना बाकी हो तो शेयरो पर अनाधिकारिक रूप से प्रीमियम लगा दिया जाता है। आधिकारिक प्रीमियम अगर लगता है तो वह, शेयर के सूचीबद्ध होने के बाद ही सामने आता है और वह मांग व आपूर्ति के सन्दर्भ मे निर्धारित होता है। अनाधिकारिक प्रीमियम बाजार शेयर के मूल्य, उसकी कमी और उसकी भावी मांग को ध्यान मे रखता है। इस तरह शेयर की कीमत पर प्रीमियम तय कर लिया जाता है और कोई व्यक्ति आवंटन होते ही शेयरों को बेच सकता है। इस तरह के बाजार को ग्रे मार्केट भी कहा जाता है।

अनइश्यूड स्टॉक (जारी न किया गया स्टॉक)

किसी कम्पनी के शेयरों का वह हिस्सा, जो अधिकृत तो होता है लेकिन कम्पनी द्वारा जारी नही किया गया होता अनइश्यूड स्टॉक कहलाता है। मान लीजिए कि किसी कम्पनी की अधिकृत शेयर पूँजी दस रुपये मूल्य वाले 30 लाख शेयर यानी 3 करोड़ रुपये हैं। अब वह पहली बार मे सिर्फ 20 लाख शेयर बाजार में जारी करती है और बाकी बचे 10 लाख शेयरो को बाद में कभी अपने शेयरधारकों या आम जनता को

राइट्स इश्युओं के रूप में प्रीमियम के साथ या प्रीमियम के बिना देने के विचार से अपने ही पास रख लेती है तो इन शेयरों को अनइश्यूड स्टॉक कहा जायेगा।

अनसिस्टेमेटिक रिस्क (अव्यवस्थित जोखिम)

व्यवस्थित जोखिम के विपरीत अव्यवस्थित जोखिम किसी उद्योग या कम्पनी विशेष से जुड़ा होता है। चाय की खराब फसल या शिपिंग उद्योग में मंदी की स्थिति या रेफ्रिजरेशन या ऑटोमोबाइल उद्योग पर लगाया गया भारी उत्पाद शुल्क आदि अव्यवस्थित जोखिम के उदाहरण हैं।

अनसिक्योर्ड डेब्ट (गैर-जमानती ऋण)

ऐसा ऋण जिसके लिए किसी प्रकार की कोई सम्पत्ति गिरवी नहीं रखी जाती है, अनसिक्योर्ड डेब्ट यानी गैर जमानती ऋण कहलाता है। सभी प्रकार के कम्पनी सावधि जमा गैर-जमानती ऋण होते हैं।

उपला चालू

मार्जिन से बचने के लिए दो ब्रोकरों के बीच किये जाने वाले समायोजन को उपला चालू कहा जाता है।

वी

वोलाटाइल शेयर (अस्थिर शेयर)

वे शेयर जिनके मूल्यों में भारी उतार-चढ़ाव देखने में आये, वोलाटाइल शेयर कहलाते हैं। ऐसे शेयरों के अधिकतम और न्यूनतम भावों के बीच काफी अंतर रहता है। किसी शेयर की वोलैटिलिटी यानी अस्थिरता को आंकने के लिए उसके अधिकतम मूल्य में से न्यूनतम मूल्य को घटाकर, न्यूनतम मूल्य से भाग दे दिया जाता है। उदाहरण के लिए अगर किसी शेयर का अधिकतम मूल्य 92 रुपये हैं और न्यूनतम मूल्य 16 रुपये तो उसकी वोलैटिलिटी यानी अस्थिरता 475 फीसदी होगी।

वैंचर कैपिटल फण्ड (जोखिम पूंजी फण्ड)

एक ऐसी लिमिटेड कम्पनी जो नये उद्योगों को जोखिम पूंजी उपलब्ध कराने के लिए स्थापित की गयी हो।

वॉलफ्लावर स्टॉक

वे शेयर जिनमें निवेशकों की कुछ रुचि न रह गयी हो वॉलफ्लावर स्टॉक कहलाते हैं। ऐसे शेयरों का पी.ई. अनुपात सामान्यतः कम होता है और इनका कारोबार ज्यादा नहीं होता है।

वॉश सेल

किसी व्यक्ति या समूह द्वारा किसी शेयर की जोरों पर खरीद और बिक्री साथ-साथ करते जाना वॉश सेल कहलाती है। इससे बाजारमें यह झूठा प्रभाव बनाने की कोशिश

की जाती है कि उस शेयर का कारोबार काफी सक्रिय है। इस प्रभाव के चलते शेयर के दामों के उठने की संभावना रहती है और इसका फायदा इस तरह के खेल खेलने वाले उठा सकते हैं।

वाल्यूम

किसी खास अवधि में खरीद-बिक्री की गयी शेयरों की कुल संख्या को वाल्यूम कहते हैं। शेयर बाजारों में सक्रिय शेयरों के कारोबार की कुल संख्या का उल्लेख प्रतिदिन किया जाता है। शेयरों के तकनीकी विश्लेषक इन सक्रिय शेयरों की कुल संख्या पर विशेष ध्यान देते हैं। वाल्यूम में तेजी वृद्धि के साथ भावों में बढ़त शेयर बाजारों में तेजी की ओर संकेत करते हैं।

डब्ल्यू

वाइड-ओपनिंग

कारोबार के किसी नये सत्र की शुरूआत के समय अगर बोली और प्रस्तावित मूल्यों के बीच काफी बड़ा अन्तर हो तो इसे वाइड ओपनिंग कहते हैं।

वर्किंग कैपिटल (कार्यशील पूंजी)

चालू संपत्तियों और चालू दायित्वों के अंतर को वर्किंग कैपिटल या कार्यशील पूंजी कहते है। चल सम्पत्ति कार्यशील पूंजी के तहत नहीं आती है।

होल सेलर (थोक विक्रेता)

ऐसा ब्रोकर डीलर जो अलग-अलग निवेशकों के बजाय अन्य ब्रोकर डीलरों के साथ कारोबार करता है और कमीशन कमाता है, होल सेलर कहलाता है।

व्हाइट स्कवायर

वह व्यक्ति अथवा कम्पनी जो किसी कम्पनी मे नियंत्रण के उद्देश्य से शेयर नही खरीदती लेकिन उसके द्वारा खरीदे गये शेयरों का आकार इतना बड़ा होता है कि वह विद्वेषपूर्ण अधिग्रहण के किसी खतरे को दूर रखने के लिए काफी होता है, व्हाइट स्कवायर कहलाता है।

वॉल स्ट्रीट

यह न्यूयॉर्क एक्सचेंज का प्रचलित नाम है।

वॉल स्ट्रीट जरनल

डो जोन्स एण्ड कम्पनी द्वारा हफ्ते में पाँच दिन प्रकाशित समाचार-पत्र का नाम वॉल स्ट्रीट जरनल है। यह वित्त और निवेश का सबसे जाना-माना अखबार है। इस अखबार में अमेरिका ही नहीं, विश्व भर की अर्थव्यवस्था की खोज-खबर मिलती है।

वर्किंग कंट्रोल (परिचालन नियंत्रण)

किसी कम्पनी पर ऐसे शेयरधारक या शेयरधारकों के ऐसे समूह का नियंत्रण जिनके पास 51 फीसदी से कम मताधिकार प्राप्त शेयर होते हैं। ऐसी कम्पनी जिसमें शेयर

काफी बडी सख्या मे शेयरधारकों के बीच बंट हों, वहाँ ऐसा भी हो सकता है कि किसी अल्पमत शेयरधारक का या अल्पमत शेयरधारकों के एक समूह का कम्पनी पर नियंत्रण हो।

ह्वाइट नाइट

अक्सर विद्वेषपूर्ण तरीके से अधिग्रहण के खतरों से ग्रस्त कम्पनियां, ऐसी स्थितियों मे किसी ऐसे व्यक्ति या कम्पनी की तलाश में रहती हैं जो उनको स्वीकार्य शर्तों पर मित्रवत् तरीके से कम्पनी को अधिग्रहित करने के लिए तैयार हो जाए, ऐसी कम्पनियों को ह्वाइट नाइट कहा जाता है।

वाई

यील्ड

किसी शेयर से लाभांश में रिटर्न का प्रतिशत यानी प्रतिशेयर लाभांश मे शेयर के बाजार मूल का भाग देने के बाद 100 से गुणा कर देना। उदाहरण के तौर पर अगर 10 रुपये के किसी शेयर का बाजार मूल्य 180 रुपये है और लाभाश 6 रुपये तो यील्ड होगी 6/180 गुणे 100 = 333 प्रतिशत।

आयात-निर्यात शब्दावली

ड्यूटी ड्रा बैक

जब किसी उत्पाद का निर्यात किया जाता है और उस उत्पाद के निर्माण से सम्बन्धित कच्चे मालों पर लगे सीमा शुल्क एवं कुछ उत्पाद शुल्क की वापसी होती है तो उसे ड्यूटी ड्रा बैक कहा जाता है। इसकी दर समय-समय पर घटती-बढ़ती रहती है। ड्यूटी ड्रा बैक का भुगतान सरकार निर्यातकों को करती है। इसका उपयोग वस्तुओं के निर्यात में होता है। प्रत्येक निर्यातक वस्तु पर अलग-अलग ड्यूटी ड्रा बैक की दर निर्धारित है।

पास-बुक स्कीम

पास-बुक स्कीम का नाम बदलकर डी.ई.ई.सी. बुक (ड्यूटी एक्जेम्पशन इण्टाइटेलमेण्ट सर्टिफिकेट बुक) रखा गया है। पास-बुक स्कीम को शुल्क मुक्त अग्रिम लाइसेंस भी कहा जाता है। यह एक तरह से आयात-निर्यात खाता है, जिसका उपयोग बैंक के खाते की तरह किया जाता है। इस खाते में आयात या निर्यात की अधिकतम सीमा निर्धारित की जाती है। जब-जब आयात या निर्यात होता है तब-तब इस खाते में वस्तुओं की इण्ट्री होती है। यह ड्यूटी ड्रा बैक का विकल्प भी है; क्योंकि निर्यातक दोनों में से एक सुविधा ले सकता है।

अतिरिक्त अग्रिम आयात लाइसेंस

यह लाइसेंस निर्यात हाउस और ट्रेडिंग हाउस को दिया जाता है। इनको अग्रिम लाइसेंस में पाँच प्रतिशत अतिरिक्त व्यापार के लिए लाइसेंस दिया जाता है, जबकि सामान्य तौर पर केवल 25 प्रतिशत व्यापार के लिए ही लाइसेंस दिया जाता है।

एम.डी.ए. (मार्केट डेवलपमेण्ट एड)

यह सुविधा भी केवल बड़े निर्यातक हाउस और ट्रेडिंग हाउस को मिलती है। छोटे निर्यातकों को यह सुविधा नहीं दी जाती है। निर्यातकों की विदेश यात्रा, जिसका उद्देश्य बाजार की खोज के लिए है, या किसी मेले में भागीदारी करने या विदेशी अखबारों में विज्ञापन पर सरकार कुछ सहायता देती है उसे 'एम.डी.ए.' कहा जाता है। उदाहरण के लिए सरकार निर्यातकों की विदेश यात्रा के खर्च पर 65 प्रतिशत तक सहायता देती है।

एफ.ओ.बी. (फ्री आन बोर्ड)

जब किसी वस्तु का निर्यात या आयात किया जाता है तो उसके मूल्य के साथ उस स्थान का नाम भी जुड़ा होता है जहाँ वस्तु प्राप्त की जाती है और उस स्थान पर प्राप्त होते समय वस्तु का जो मूल्य होता है वे एफ.ओ.बी. कहलाता है। जैसे एफ.ओ.बी. मुम्बई, इसका अर्थ यह है कि किसी वस्तु का मूल्य यदि 10 रुपये है तो

मुम्बई में भी उसका मूल्य दस रुपये होगा। इसमें मुम्बई तक के सारे खर्च मूल्य से जुड़े होते हैं।

सी. एण्ड. एफ. (कास्ट एण्ड फ्रेट)

यह भी एक तरह से एफ.ओ.बी. है। इसमे भी वस्तु के साथ स्थान का नाम जुड़ा होता है जहाँ माल पहुँचाया जाता है। इसके मूल्य में लागत और भाड़ा दोनों जुड़ा होता है और इसी मूल्य पर वह वस्तु गंतव्य तक पहुँचायी जाती है।

सी.आई.एफ. (कास्ट इंश्योरेन्स फ्रेट)

वस्तु के मूल्य के साथ उसका बीमा भी जुड़ा होता है। इसका चार्ज निर्यातक करेगा और इंश्योरेन्स भी वही करायेगा।

आन-हाइसीज

यह आयात से जुड़ा है, निर्यात से नहीं। जब किसी वस्तु का आयात होता है और यदि रास्ते मे ही उसकी बिक्री हो जाती है, तो उसे 'आन हाइसीज' कहा जाता है। खरीदने के पश्चात वस्तु का सारा खर्च खरीदार को वहन करना पड़ता है।

डी.ए. (डाक्यूमेन्ट्स अगेंस्ट एक्सेप्टेंस)

ग्राहक द्वारा एक निश्चित अवधि में माल का भुगतान करने का आश्वासन दिया जाता है। यह बैंक के जरिये होता है। जब ग्राहक बैंक का प्रपत्र प्रस्तुत करता है तो उसे माल मिल जाता है। इस प्रक्रिया में माल का भुगतान बाद मे किया जाता है, लेकिन ग्राहक को शिपिंग डाक्यूमेण्ट के जरिये माल मिल जाता है।

डी.पी. (डाक्यूमेण्ट्स अगेंस्ट पेमेण्ट्स)

माल का भुगतान करने पर ही शिपिंग डाक्यूमेंट्स मिलता है।

एल.सी. (लेटर ऑफ क्रेडिट)

इसे साख-पत्र भी कहा जाता है। ग्राहक का बैंक निर्यातक के बैंक को आश्वासन देता है तब माल का आयात या निर्यात होता है। इसमें भुगतान की गारण्टी एक बैंक दूसरे बैंक को देता है तब माल का शिपमेण्ट होता है।

बैंक गारण्टी

यह एल.सी. का ही दूसरा रूप होता है। इसमें आयातक का बैंक निर्यातक के बैंक को भुगतान की गारण्टी देता है।

प्री-शिपमेण्ट एडवांस

माल भेजने के पहले ही बैंक से उधार राशि प्राप्त करना ही प्री-शिपमेण्ट एडवांस कहा जाता है। इसके लिए विक्रेता को गारण्टी भी देनी पड़ती है, लेकिन बैंक सबसे पहले आयातक और निर्यातक की साख देखता है।

पैकिंग-क्रेडिट

पैकिंग-क्रेडिट एक प्रकार का प्री-शिपमेण्ट एडवांस है जो कच्चे माल खरीदने और

मजदूरी देने के लिए बैंक अग्रिम देता है। शर्त यह है कि निर्यातक छ. माह के अन्तर्गत उस माल को निर्यात कर दे तो उसे पैकिंग-क्रेडिट कहा जाता है।

सी.सी.एल (कैश क्रेडिट लिमिट)

यह भी प्री-शिपमण्ट एडवांस ही है जिसे कैश क्रेडिट लिमिट कहा जाता है। कच्चा माल और तैयार माल स्टॉक में हो या उत्पादन-प्रक्रिया मे हो तो उस पर जब बैंक उधार देता है तो उसे कैश क्रेडिट लिमिट कहते हैं।

पोस्ट शिपमेण्ट एडवांस

बिल ऑफ लोडिंग (बी.एल.) मिलने के बाद निर्यातक जब इंवायस एवं पैकिंग-लिस्ट वगैरह बैंक को देता है तो बैंक उसे एडवास देता है, जिसे पोस्ट शिपमेण्ट एडवांस कहा जाता है।

बी.एल. (बिल ऑफ लोडिंग)

जब माल का निर्यात होता है तो शिपिंग कम्पनी निर्यातक को बी.एल. देती है और निर्यातक बैंक के माध्यम से इसे ग्राहक को भेज देता है। यह ट्रान्सपोर्ट बिल्टी की तरह होता है।

बिल ऑफ इण्ट्री

यह केवल आयात के लिए होती है। कोई भी आयातक कोई भी माल आयात करेगा तब बिल ऑफ इण्ट्री में पूरे आयात माल का ब्यौरा देना पड़ता है और कस्टम से माल गुजरता है तो कस्टम विभाग उस पर मुहर लगाता है कि माल सही है। इसकी एक कापी रिजर्व बैंक को भेजी जाती है।

जी.आर. फार्म

इसमें निर्यातित माल का पूरा विवरण होता है जो भेजते समय ही दर्ज कर दिया जाता है। यह केवल निर्यात के लिए होता है। जब माल कस्टम से पास होता है तो कस्टम तीन फार्मों (जी.आर. फार्म तीन होते हैं।) पर मुहर लगाता है। एक फार्म रिजर्व बैंक, एक फार्म निर्यातक के बैंक को निर्यातक के माध्यम से भेजा जाता है और एक फार्म कस्टम में रह जाता है। जब माल का भुगतान होता है तब निर्यातक का बैंक उस फार्म में इण्ट्री करके रिजर्व बैंक को भेज देता है और जब तक भुगतान नहीं आता है तब तक निर्यातक का बैंक उसे अपने पास रखता है।

जी.एस.पी. फार्म (ए)

इसे जनरलाइज सिस्टम ऑफ प्रिफरेन्स फार्म और सर्टीफिकेट ऑफ ओरिजिन भी कहा जाता है। जब कोई माल विकासशील देशों से यूरोपीय देशों में निर्यात किया जाता है तब उस देश के निर्यातक को एक फार्म भरना पडता है कि अमुक माल भारत में ही बना है। उस पर आयातक को कुछ सीमा शुल्क में छूट दी जाती है जो आयातक देश देता है, लेकिन यह प्रमाणपत्र निर्यातक द्वारा दिया जाता है। गौरतलब है कि विकासशील देशों से आयात करने पर ही सीमा शुल्क मे छूट दी जाती है।

अन्तरराष्ट्रीय और राष्ट्रीय वित्तीय संस्थाएं

अन्तरराष्ट्रीय पुनर्निर्माण एवं विकास बैंक (आई बी आर डी) या विश्व बैंक–
अन्तरराष्ट्रीय पुनर्निर्माण एवं विकास बैंक को विश्व बैंक भी कहा जाता है। इसकी स्थापना ब्रिटेन उड्स सम्मेलन के विचार-विमर्श के फलस्वरूप हुई। इसकी स्थापना सन् 1945 मे हुई। इस बैंक का उद्देश्य दीर्घकालीन अन्तरराष्ट्रीय विनियोग की सुविधा प्रदान करना तथा उसे प्रोत्साहित करना है। आइ एम एफ यानी अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा कोष और विश्व बैंक की स्थापना एक साथ हुई लेकिन आई एम एफ अल्पकालीन विनियोग और विश्व बैंक दीर्घकालीन विनियोग के लिए गठित हुआ। दोनों की सदस्य संख्या बराबर है। यानी जो विश्व बैंक का सदस्य है वही आइ एम एफ का भी सदस्य है। विश्व बैंक सदस्य देशों को पुनर्निर्माण एवं विकास के लिए दीर्घकालीन ऋण प्रदान करता है। इसके अन्य कार्यों मे तकनीकी एवं परामर्श सम्बन्धी सहायता, प्रशिक्षण की सुविधाएं, सदस्य राष्ट्रों के पारस्परिक विवादों में मध्यस्थता आदि शामिल हैं। विश्व बैंक ऋण देते समय सदस्य देशों पर कुछ शर्तें भी लगाता है जिसका पालन अनिवार्य होता है। यदि कोई देश शर्तों के पालन में ढिलाई करता है तो विश्व बैंक ऋण की अगली राशि पर प्रतिबंध लगा देता है। विश्व बैंक की शर्तें प्राय: कठोर होती हैं। भारत विश्व बैंक का सदस्य है और ऋण लेता रहता है।

अन्तरराष्ट्रीय विकास संघ (आई डी ए)–
अन्तरराष्ट्रीय विकास सघ की स्थापना 26 सितम्बर 1960 को विश्व बैंक की दूसरी सहायक संस्था के रूप में हुई थी। विश्व बैंक की कठोर शर्तें एवं ब्याज की अधिक दरों से अल्पविकसित देशों को पूँजी प्राप्त करने में कठिनाई होती है। इसलिए विकासशील देशों को आसान शर्तों पर ऋण देने के लिए ही विश्व बैंक की पूरक संस्था के रूप में आई डी ए की स्थापना हुई। संघ अपने सदस्य देशों को 'सरल ऋण' (साफ्ट लोन) प्रदान करता है जिसकी ब्याज-दर बहुत कम होती है। ऋण दीर्घकालीन होते हैं और ऋणी देश की मुद्रा में ही दिये जाते हैं। ऋण की अवधि 15 वर्षों से 50 वर्षों तक होती है। अन्तरराष्ट्रीय विकास संघ मुख्य रूप से जलापूर्ति, सफाई, स्वास्थ्य, शिक्षा, शहरी विकास, विद्युत, उद्योग, कृषि, यातायात आदि विकास की योजनाओं के लिए ऋण देता है। भारत भी आई डी ए का सदस्य है और कई परियोजनाओं के लिए ऋण ले चुका है।

अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा कोष (आई एम एफ)–
इसकी स्थापना अन्तरराष्ट्रीय संघ द्वारा की गयी है। इसके करार अनुच्छेदों का प्रारूप जुलाई 1944 में ब्रेटन वुड्स न्यू हैम्पशायर में आयोजित 44 राष्ट्रों के सम्मेलन

मे तैयार किया गया था। अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा कोष उन देशो का सगठन है जो अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा सहयोग को बढावा देना चाहते हैं और सभी सदस्य देशों मे व्यापार के विस्तार और आर्थिक विकास को सुसाध्य बनाना चाहते हैं। यह अपने सदस्य देशों को अल्पकालीन एवं वैकल्पिक ऋण प्रदान करता है। भारत अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा कोष का एक सस्थापक सदस्य है और वित्त मंत्री अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा कोष के गवर्नर बोर्ड के पदेन गवर्नर हैं। अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा कोष में भारत का प्रतिनिधित्व एक निर्वाचित कार्यकारी निदेशक द्वारा किया जाता है जो तीन अन्य सदस्य देशो अर्थात् बगलादेश, श्रीलका और भूटान का भी प्रतिनिधित्व करता है। अन्तरराष्ट्रीय मुद्रा कोष मे भारत का वर्तमान कोटा 135 बिलियन एस डी आर के कुल कोटे मे 3055.5 मिलियन एस डी आर है।

अन्तरराष्ट्रीय वित्त निगम (आई एफ सी) –

वाशिंगटन स्थित अन्तरराष्ट्रीय वित्त निगम की स्थापना सन् 1956 मे विश्व बैंक के एक सम्बद्ध लेकिन पृथक सत्ता वाले निगम के रूप में की गयी, जिसका उद्देश्य अपने सदस्य देशों के आर्थिक विकास मे सहयोग देने वाले निजी और संयुक्त उद्यमों को बढावा देना है। इसके पूँजी-स्रोत की व्यवस्था 170 सदस्य देशो, विकसित और विकासशील, दोनों द्वारा की जाती है जो इसकी नीतियों एवं कार्यकलापों का सामूहिक रूप से निर्धारण करते है। भारत अन्तरराष्ट्रीय वित्त निगम का एक संस्थापक सदस्य है। अन्तरराष्ट्रीय वित्त निगम उन निजी एवं सयुक्त क्षेत्र की परियोजनाओं, जिनम इसकी सहभागिता होती है, को शासकीय गारण्टी के बिना इक्विटी और ऋण पूँजी दोनों मुहैय्या करता है। ऋणों की अवधि सात से बारह वर्ष तक होती है और ब्याज की दरें मुद्रा-दर द्वारा परिवर्तनशील एवं विशेष लोन देने की परिस्थितियो के अनुसार होती है। सन् 1956 मे इसकी स्थापना से 30 जून 1996 तक अन्तरराष्ट्रीय वित्त निगम ने भारत में 93 कंपनियों में 1811 अरब अमेरिकी डालर का ऋण और इक्विटी निवेश की वचनबद्धता की है।

बहुपक्षीय निवेश गारण्टी अभिकरण –

विकासशील देशों पर विशेष ध्यान केन्द्रित करते हुए सदस्य देशों के बीच परिणामकारी प्रयोजनार्थ विदेश के प्रवाह को प्रोत्साहित करने के उद्देश्यों सहित अप्रैल 1988 में विश्व बैंक समूह के सदस्य के रूप में बहुपक्षीय विशेष गारण्टी अभिकरण की स्थापना हुई थी। यह ऐसे सदस्य देशो में निवेश के सम्बन्ध मे गैरवाणिज्यिक जोखिमों अर्थात् करेंसी का अन्तरण और स्वामित्वहरण, युद्ध और नागरिक-उपद्रव तथा समझौता भग होने के विरुद्ध जो अन्य सदस्य देशों से प्रभावित होती है, गारण्टी जारी करता है। बहुपक्षीय निवेश गारण्टी अभिकरण संवर्धनात्मक एव सलाहकारी सेवाएं भी प्रदान करता है। भारत ने बहुपक्षीय निवेश गारण्टी अभिकरण के समझौते पर राजनीतिक मामलों की मंत्रिमंडल समिति का अनुमोदन प्राप्त करने के पश्चात् 13 अप्रैल 1992 को हस्ताक्षर किया था। 6 सितम्बर 1993 को अध्यक्ष की स्वीकृति से समझौत की अभिपुष्टि कर दी गयी। अंशदान सम्बन्धी औपचारिकताओं को पूरा करने के

पश्चात् भारत 6 जनवरी 1994 से बहुपक्षीय निवेश गारण्टी अभिकरण (एम आई जी ए) का 115वां सदस्य देश बन गया।

) अन्तरराष्ट्रीय कृषि विकास निधि (आई ए डी एफ) –

अन्तरराष्ट्रीय कृषि विकास निधि संयुक्त राष्ट्र संघ का एक विशिष्ट अभिकरण है। यह संस्था सदस्य देशों को कृषि, पिछड़े क्षेत्र एवं ग्रामीण महिला विकास आदि के लिए वित्तीय सहायता देती है। भारत अन्तरराष्ट्रीय कृषि विकास निधि के मूल सदस्यों में से एक है। भारत इस निधि के संसाधनों में अब तक 26 मिलियन डालर का अभिदान देकर सबसे बड़ा अंशदाता है। गौरतलब है कि इस निधि में सदस्य देशों को अंशदान देना पड़ता है। भारत ने इस निधि की कई परियोजनाओं में सहायता ली है।

) एशियाई विकास बैंक (ए डी बी) –

इस बैंक की स्थापना वर्ष 1966 में हुई। इसका मुख्यालय मनीला, फिलीपीन्स में है। इस बैंक में 56 सदस्य देशों की अन्तराष्ट्रीय भागीदारी है। भारत इसका संस्थापक सदस्य है। एशियाई विकास बैंक एशिया और प्रशांत क्षेत्र में अपने विकासशील सदस्य देशों की आर्थिक और सामाजिक उन्नति के सवर्धन में कार्यरत है। यह सदस्य देशों की आर्थिक और सामाजिक विकास के लिए ऋणों और इक्विटी के रूप में निवेश करता है। विकासशील सदस्य देशों की विकासात्मक नीतियों और योजनाओं के समन्वयन हेतु प्राप्त अनुरोधों का प्रत्युत्तर देता है। यह विकासशील परियोजनाओं और कार्यक्रमो को तैयार करने तथा उन्हें निष्पादित करने के लिए तकनीकी सहायता और परामर्शी सेवाएं भी मुहैय्या कराता है। बैंक के पूँजी-भण्डार में भारत का अभिदान सभी सदस्य देशों में चौथे स्थान पर है। बैंक के ऋण ऊर्जा, परिवहन एवं संचार, वित्त, उद्योग एवं गैर-ईंधन खनिजों, सामाजिक आधारभूत सरचना और निजी आधारभूत सरचना के लिए है।

) भारतीय रिजर्व बैंक (आर. बी. आई.) –

भारतीय रिजर्व बैंक भारत का केन्द्रीय बैंक है। इसकी स्थापना पहली अप्रैल 1935 को हुई थी। सन् 1927 में हिल्टनयंग कमीशन ने देश की चलन तथा साख-प्रणाली पर नियंत्रण स्थापित करने के लिए एक पृथक् केन्द्रीय बैंक की स्थापना का सुझाव दिया था। इसके अनुसार सन् 1928 में रिजर्व बैंक की स्थापना के लिए विधानसभा में एक बिल प्रस्तुत किया गया था किन्तु वह स्वीकृत नही हो सका। सन् 1930 में केन्द्रीय बैंकिंग जांच समिति ने पुन: जोरदार ढंग से रिजर्व बैंक की स्थापना की सस्तुति की। सन् 1934 मे रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया ऐक्ट पास हुआ और 1 अप्रैल 1935 से रिजर्व बैंक ने अपना कार्य प्रारम्भ कर दिया। रिजर्व बैंक का प्रबन्ध एक केन्द्रीय संचालक बोर्ड द्वारा किया जाता है, जिसमें 20 सदस्य हैं। इसमें एक गर्वनर तथा चार डिप्टी गर्वनर होते हैं, जिनकी नियुक्ति केन्द्रीय सरकार द्वारा पांच वर्षों की अवधि के लिए की जाती है। केन्द्रीय बोर्ड में चार संचालक केन्द्रीय सरकार द्वारा

मनोनीत किये जाते है। स्थानीय बोर्ड मुम्बई, कलकत्ता, चेन्नई और दिल्ली में स्थित है। इन सचालकों की कार्यावधि 5 वर्षों की होती है, परन्तु इन्हे पुनः मनोनीत किया जा सकता है। केन्द्रीय बोर्ड में दस संचालक विभिन्न वर्गों के प्रतिनिधि के रूप में चार वर्षों के लिए नियुक्त किये जाते है। इसके अतिरिक्त बोर्ड में केंद्रीय सरकार द्वारा एक सरकारी अधिकारी भी मनोनीत किया जाता है, जिसे मतदान का अधिकार नहीं होता है। मुम्बई, कलकत्ता, चेन्नई, नयी दिल्ली, कानपुर, नागपुर, बंगलोर, बाइकुला, मुम्बई, हैदराबाद, जयपुर, पटना, त्रिवेन्द्रम. अहमदाबाद, भुवनेश्वर, गुवाहाटी, इन्दौर, जम्मू, श्रीनगर और चण्डीगढ मे रिजर्व बैंक के क्षेत्रीय कार्यालय हैं। जहाँ रिजर्व बैंक के कार्यालय नही है, वहाँ भारतीय स्टेट बैंक इसके प्रतिनिधि के रूप में कार्य करता है। रिजर्व बैंक की नीति तथा कार्यवाहन पूरी तरह केन्द्रीय सरकार के हाथ में है, जो समय-समय पर गवर्नर से सलाह लेकर बैंक को आदेश देती है। रिजर्व बैंक देश का केन्द्रीय बैंक होने के नाते उन सभी कार्यो को सम्पन्न करता है जो एक साधारण केन्द्रीय बैंक द्वारा किये जाते हैं। रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया एक्ट 1934 की प्रस्तावना के अनुसार– बैंक का मुख्य कार्य भारत में मौद्रिक स्थिरता कायम करने तथा देश की चलन तथा साख-पद्धति को इसके हितार्थ कार्यान्वित करने के विचार से बैंक-नोट एवं रिजर्व कोषों का नियमन करना है। इस प्रकार बैंक के कार्यों को दो भागों में बांटा जा सकता है– (1) केन्द्रीय बैंकिंग सम्बन्धी कार्य और (2) साधारण बैंकिंग कार्य। केन्द्रीय बैंकिंग सम्बन्धी कार्य के तहत नोट निर्गमन के काय, सरकार के बैंक के रूप में कार्य, रुपये के वाह्य मूल्य को स्थिर करना, विदेशी विनियम का क्रय-विक्रय और अन्य केन्द्रीय बैंकिंग सम्बन्धी कार्य शामिल हैं। साधारण बैंकिंग सम्बंधी कार्यों में कृषि निक्षेप स्वीकार करना, व्यापारिक तथा वाणिज्यिक बिलों का क्रय-विक्रय, ऋण देना, विदेशी प्रतिभूतियों का क्रय-विक्रय, ऋण देना, मूल्यवान वस्तुओं का क्रय-विक्रय, अन्य देशों के बैंकों से व्यवहार, तथा अन्य विविध कार्य शामिल हैं। इसके साथ ही रिजर्व बैंक आर्थिक विकास और आर्थिक स्थिरता के लिए भी कार्य करता है।

भारतीय स्टेट बैंक (एस. बी.आई.) और अन्य राष्ट्रीयकृत बैंक :–

भारतीय रिजर्व बैंक ने सन् 1951 में अखिल भारतीय ग्रामीण साख के सर्वेक्षण हेतु गोरावाला समिति की नियुक्ति की। इस समिति ने स्टेट बैंक ऑफ इण्डिया की स्थापना का सुझाव दिया। सरकार ने इस सुझाव को स्वीकार कर लिया परन्तु राष्ट्रीय बैंक स्थापित न करके तत्कालीन इम्पीरियल बैंक ऑफ इण्डिया को ही स्टेट बैंक मे परिणत कर दिया। सन् 1955 में स्टेट बैंक ऑफ इण्डिया एक्ट स्वीकृत किया गया और इसके तहत इम्पीरियल बैंक की भारत स्थित समस्त सम्पत्ति और दायित्व स्टेट बैंक को पहली जुलाई 1955 को सौंप दिये गये। तभी से भारतीय स्टेट बैंक कार्य कर रहा है। भारतीय स्टेट बैंक को केंद्रीय बैंकिंग सम्बन्धी कार्य और व्यापारिक बैको से सम्बन्धित कार्य करने होते हैं भारतीय स्टेट बैंक को सरकार के बैंक बैंको के

बैंक, समाशाधन गृह, धन के हस्तान्तरण सम्बन्धी कार्य करना होता है। जुलाई 1969 में तत्कालीन प्रधानमंत्री श्रीमती इंदिरा गांधी ने अर्थव्यवस्था में व्यापक परिवर्तन लाने के लिए 14 बैंको का राष्ट्रीकरण किया। इनमे सेण्ट्रल बैंक ऑफ इण्डिया, बैंक ऑफ इण्डिया, पंजाब नेशनल बैंक, बैंक ऑफ बड़ौदा, यूनाइटेड कॉमर्शियल बैंक, केनरा बैंक, यूनाइटेड बैंक, देना बैंक, यूनियन बैंक ऑफ इण्डिया, इलाहाबाद बैंक, सिण्डिकेट बैंक, इण्डियन ओवरसीज बैंक, इण्डियन बैंक तथा बैंक आफ महाराष्ट्र शामिल है। इसके पश्चात् 15 अप्रैल 1980 को विजया बैंक, ओरियण्टल बैंक, पंजाब एण्ड सिंध बैंक, आन्ध्रा बैंक, न्यू बैंक ऑफ इण्डिया तथा कारपोरेशन बैंक का राष्ट्रीयकरण किया गया।

(10) भारतीय जीवन बीमा निगम (एल. आई. सी.) –

19 जनवरी 1956 को जीवन बीमा के राष्ट्रीकरण के परिणामस्वरूप भारतीय जीवन बीमा निगम की स्थापना पहली सितम्बर 1956 को हुई। इस निगम का मुख्य कार्य जीवन बीमा करना है। इस निगम का मुख्यालय मुम्बई मे है और पांच क्षेत्रीय कार्यालय मुम्बई, दिल्ली, कलकत्ता, चेन्नई और कानपुर में हैं। इसके साथ ही इसके 58 मण्डलीय कार्यालय हैं। देश के सभी जिलों और कस्बों में भारतीय जीवन बीमा निगम के कार्यालय हैं। भारतीय जीवन बीमा निगम ने सहयोग निधि की भी स्थापना की है। इसके साथ ही हाउसिंग फाइनेंस के क्षेत्र मे भी भारतीय जीवन बीमा निगम कार्यरत है।

(11) भारतीय साधारण बीमा निगम (जी आई सी) –

राष्ट्रीकरण के पूर्व कुछ विदेशी बीमा कम्पनियों की शाखाओं सहित 107 कम्पनियां देश में कार्यरत थीं। साधारण बीमा कारोबार (राष्ट्रीकरण) अधिनियम, 1972 के अधीन उन्हें मिला करके चार प्रचालक कम्पनियों – नेशनल इंश्योरेंस कम्पनी लिमिटेड, न्यू इण्डिया इंश्योरेंस कम्पनी लिमिटेड और यूनाइटेड इण्डिया इंश्योरेंस कम्पनी लिमिटेड मे समूहीकृत किया गया है। वे धारक कम्पनी अर्थात् साधारण बीमा निगम जो पहली जनवरी सन् 1973 से अस्तित्व में आया, की सहायक कम्पनियां बन गयी। साधारण बीमा निगम धारक कम्पनी के रूप मे साधारण बीमा का कारोबार करने की उत्तरदायी है। चारों कम्पनियां अखिल भारतीय स्थल पर कारोबार करती है और राष्ट्रीय एयरलाइनों, हिन्दुस्तान एरोनाटिक्स लिमिटेड तथा फसल बीमा को छोड़कर पुनर्बीमा सहित कई श्रेणियों का सामान्य बीमा कारोबार करती हैं। परवर्ती कारोबार सीधे साधारण बीमा निगम द्वारा किया जाता है।

(12) भारतीय यूनिट ट्रस्ट (यू टी आई) –

भारतीय यूनिट ट्रस्ट की स्थापना पहली जुलाई सन् 1964 को यूनिट ट्रस्ट ऑफ इण्डिया अधिनियम के अन्तर्गत की गयी। इसकी स्थापना का मुख्य उद्देश्य जनता की बचत को एकत्रित कर पूँजी में वृद्धि करना और इस बचत को उद्योगों मे विनियोजित करना है। इसका प्रबंधन एक न्यासी मण्डल द्वारा किया जाता है जिसके अध्यक्ष की नियुक्ति

भारतीय रिजर्व बैंक करती है। इसके अतिरिक्त चार न्यासी वाणिज्य, उद्योग, वित्त और बैंकिंग क्षेत्र के अनुभवी व्यक्ति होते हैं। इसके अतिरिक्त एक अधिशासी न्यासी की भी नियुक्ति रिजर्व बैंक द्वारा किया जाता है। भारतीय यूनिट ट्रस्ट का नियत्रण एवं प्रबन्ध बहुत कुछ रिजर्व बैंक के हाथ में है। भारतीय यूनिट ट्रस्ट अनेक योजनाओ द्वारा धन एकत्रित करता है। शेयर बाजार में भी यूनिट ट्रस्ट की काफी भूमिका रहती है। देश में सबसे पहले सहयोग निधि की शुरूआत भारतीय यूनिट ट्रस्ट ने की है। अब भारतीय यूनिट ट्रस्ट का बैंक भी चालू हो गया है। इसका मुख्यालय मुम्बई में है।

) औद्योगिक और वित्तीय पुनर्निर्माण बोर्ड (बाइफर) –

रुग्ण औद्योगिक कम्पनी (विशेष उपबंध) अधिनियम, 1985 (1986 का 1) के अंतर्गत गठित औद्योगिक और वित्तीय पुनर्निर्माण बोर्ड ने 15 मई 1987 से कार्य आरम्भ किया। यह बड़े और मध्यम वर्ग की रुग्ण औद्योगिक कम्पनियों के मामलों को भी देखता है, ताकि अन्य बातों के साथ रुग्णता का समय पर पता करना तथा ऐसी कम्पनियों के सम्बन्ध में निवारक, सुधारात्मक और उपचारात्मक तथा अन्य उपाय करने और इस प्रकार पता लगाए गए उपायों का निर्धारण करने तथा इस प्रकार निर्धारित किये गये उपायों को शीघ्र कार्यान्वित करने के उद्देश्यो को पूरा किया जा सके।

) औद्योगिक और वित्तीय पुनर्निर्माण अपीलीय प्राधिकरण (ए ए आई एफ आर) –

इस संस्थान की स्थापना औद्योगिक एवं वित्तीय पुनर्निर्माण बोर्ड के आदेशों के खिलाफ रुग्ण औद्योगिक कम्पनियों की अपीलों की सुनवाई करने के लिए, एक तंत्र उपलब्ध कराने के लिए, रुग्ण औद्योगिक कम्पनी (विशेष उपबन्ध) अधिनियम, 1985 के प्रावधानों के अन्तर्गत की गयी। इस प्राधिकरण का कार्य 15 अप्रैल 1987 से आरम्भ हुआ। वर्ष 96 (दिसम्बर तक) के दौरान औद्योगिक और वित्तीय पुनर्निर्माण अपीलीय प्राधिकरण ने 274 मामले निपटाये।

) भारतीय औद्योगिक पुनर्निर्माण बैंक (आई आर बी आई) –

इसकी स्थापना 20 मार्च सन् 1985 को भारतीय औद्योगिक पुनर्निर्माण बैंक अधिनियम, 1984 के अन्तर्गत तत्कालीन भारतीय औद्योगिक पुनर्निर्माण निगम लिमिटेड के पुनर्गठन के परिणामस्वरूप देश में प्रधान ऋण तथा पुनर्निर्माण एजेंसी के रूप में रुग्ण बद औद्योगिक इकाइयों के पुनरोद्धार के लिए की गयी थी। वर्ष 1991 में भारत सरकार ने भारतीय औद्योगिक पुनर्निर्माण बैंक द्वारा मुख्य रूप से रुग्ण इकाइयों का वित्तपोषण करने से सम्बन्धित प्रतिबंध वापस ले लिया और यह आशा की गयी थी कि वह एक नियमित वित्तीय सस्था के रूप में कार्य करेगा। जो यूनिटें इस समय रुग्ण नहीं हैं, उन्हें आई आर बी आई, आवधिक ऋण, मध्यावधि ऋण सहायता, अस्ति ऋण/उपस्कर वित्त, किराया खरीद करने के लिए सहायता प्रदान करता है। जुलाई 96 में वर्ष 96-97 का बजट प्रस्तुत करते समय वित्त मत्री ने घोषणा की थी कि आई आर

बी आई को, एक पूर्ण, सभी प्रयोजनों के लिए, विकास वित्त संस्था में परिवर्तित किया जायेगा।

(16) भारतीय औद्योगिक विकास बैंक (आई डी बी आई) –

इसकी स्थापना 1 जुलाई 1964 को औद्योगिक विकास बैंक अधिनियम के अन्तर्गत की गयी थी। इन उद्देश्यों के तहत इसकी स्थापना की गयी – (1) वित्तीय संस्थाओ को औद्योगिक संस्थाओं के अंशों एवं बॉण्डों को क्रय करना और उनका अभिगोपन करना। (2) औद्योगिक संस्थाओं के बिलों को बट्टे पर छुडाना। (3) औद्योगिक संस्थाओं को ऋण देना। (4) भावी औद्योगिक विकास के लिए प्राथमिकताओं का क्रम निर्धारित करना एवं (5) दीर्घकालीन एवं मध्यकालीन औद्योगिक वित्त की मांग एवं पूर्ति की खाई को पाटना। यह बैंक अपने लिए इन साधनों से वित्त प्राप्त करता है – 1. अंश पूंजी, 2. बॉण्ड्स, 3. जमा राशि, 4. भारत सरकार एव रिजर्व बैंक से ऋण, 5. रिजर्व फण्ड, 6. विदेशी मुद्रा में ऋण। आई डी बी आई को विदेशी बैंक एव वित्तीय संस्थाओं से विदेशी मुद्रा में ऋण लेने का भी अधिकार प्राप्त है लेकिन इसके लिए भारत सरकार की अनुमति आवश्यक है।

(17) भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक (सिडबी) –

इसकी स्थापना सन् 1990 में की गयी। यह लघु क्षेत्र के उद्देश्यों की ऋण संबधी आवश्यकताओं को प्रत्यक्ष रूप से सहायता की निश्चित योजनाओं के माध्यम से अप्रत्यक्ष रूप से मुख्यत. पुनर्वित्त के रूप मे प्राथमिक ऋणदाता संघटनों के व्यापक नेटवर्क के जरिए पूरा करता है। वर्ष 95-96 के दौरान 200 करोड रूपयों की तकनीकी विकास एवं आधुनिकीकरण निधि स्थापित की गयी ताकि लघु उद्योग क्षेत्र की निर्यातोन्मुखी औद्योगिक इकाइयों को प्रोत्साहित किया जा सके। 31 मार्च 96 को समाप्त वर्ष में इसने अपने परिचालन के 6 वर्ष पूरे किये और 31 मार्च 96 को समाप्त वर्ष के दौरान सिडबी द्वारा की गयी कुल स्वीकृतियां और वितरण क्रमश· 6055.7 करोड़ रूपये और 4796.1 करोड़ रूपये रहे। एस.एस.आई. इकाइयों द्वारा बाजार से सम्बद्ध सेवाओं पर ध्यान केन्द्रित करने के लिए घरेलू और अन्तरराष्ट्रीय बाजार खण्ड में एक नया विभाग विपणन वित्त एवं विकास खण्ड, जनवरी 1996 में स्थापित किया गया।

(18) इण्डस्ट्रियल क्रेडिट एण्ड इन्वेस्टमेण्ट कारपोरेशन ऑफ इण्डिया लिमिटेड (आई सी आई सी आई) –

भारत सरकार के समर्थन और विश्व बैंक की सक्रिय सहभागिता से जनवरी 1855 में विकास वित्तीय संस्था के रूप में आई सी आई सी आई की स्थापना की गयी। भारतीय कम्पनी कानून 1913 के तहत एक पब्लिक लिमिटेड कम्पनी और कम्पनी कानून 1956 के अनुच्छेद 4ए के तहत एक सार्वजनिक वित्तीय संस्था के रूप में इसकी स्थापना की गयी। **इसका मुख्य उद्देश्य देश के औद्योगिक विकास के लिए**

मध्यम और दीर्घकालिक ऋण प्रदान करना है। पूरे देश में कम्पनियों को ऋण क साथ ही लीजिंग गारण्टी, वित्तीय और परामर्श सेवाएं प्रदान करना इसका मुख्य उद्देश्य है। यह कम्पनियों के पूंजी निर्गमों के लिए अण्डरराइटर्स का भी कार्य करती है और उसे खरीदती भी है। आर्थिक उदारीकरण के सन्दर्भ में उसने अपनी गतिविधिया बढ़ा दी हैं और अनेक सहायक कम्पनियों की भी इसने स्थापना की है। पहली अप्रैल 1996 को आई सी आई सी आई में एस सी आई सी आई लिमिटेड का विलय हो गया। एस सी आई सी आई लिमिटेड की स्थापना आठ दिसम्बर 1986 को की गयी थी जिसका उद्देश्य शिपिंग के क्षेत्र मे वित्तीय सहायता आदि प्रदान करना रहा है। आई सी आई सी आई ने बैंक की भी स्थापना की है। इसका मुख्यालय 163 बैकबे रिक्लेमेशन मुम्बई - 400020 में है।

) इण्डस्ट्रियल फाइनेंस कारपोरेशन ऑफ इण्डिया (आई एफ सी आई) –

आई एफ सी आई देश की प्रमुख औद्योगिक संस्था है जिसकी स्थापना पहली जुलाई 1948 को संसद द्वारा पारित एक कानून के तहत की गयी। उद्योगों की मध्यम तथा दीर्घकालिक वित्तीय आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए एक विकास बैंक के रूप में आई एफ सी आई की स्थापना की गयी। वित्तीय प्रणाली में तेजी से हो रहे परिवर्तनों को ध्यान में रखते हुए आई एफ सी आई के विधान में परिवर्तन कर इसे 1993 में कम्पनी कानून 1956 के तहत एक कम्पनी का स्वरूप प्रदान किया गया। कम्पनी कानून 1956 के अनुच्छेद 4-ए के तहत आई एफ सी आई अखिल भारतीय स्तर की सार्वजनिक वित्तीय संस्था है। आई एफ सी आई उद्योगों को ऋण के रूप में वित्तीय सहायता उपलब्ध कराती है, यह ऋण नये उद्योग लगाने, पुराने उद्योगों के विस्तार, विविधीकरण तथा आधुनिकीकरण के लिए प्रदान किये जाते हैं। आई एफ सी आई ने पब्लिक इश्यू के माध्यम से इसकी इक्विटी आम जनता को भी दी है। इसका पंजीकृत कार्यालय– बैंक ऑफ बड़ौदा भवन, 16 संसद मार्ग, नयी दिल्ली - 110001 में स्थित है।

) राज्य वित्तीय निगम (एस एफ सी) –

राज्य स्तर पर काम कर रहे राज्य वित्त निगम देश में वित्तीय प्रणाली के विकास के अभिन्न अंग हैं। ये संतुलित क्षेत्रीय सामाजिक, आर्थिक प्रगति करने, अधिक निवेश को उत्प्रेरित करने, रोजगार के अवसर बनाना और उद्योगों के स्वामित्व आधार को व्यापक बनाने के लिए छोटे और मझोले उद्योगों का वित्तपोषण करने एवं उन्हें बढ़ावा देने का कार्य करते हैं। इस समय देश में 18 राज्य वित्त निगम है। इनमें से 17 की स्थापना राज्य वित्त निगम अधिनियम 1951 के अन्तर्गत की गयी थी। कम्पनी अधिनियम के अन्तर्गत 1949 में स्थापित तमिलनाडु औद्योगिक और निवेश निगम लिमिटेड भी पूर्ण राज्य वित्तीय निगम के रूप में कार्य करता है। राज्य वित्तीय निगम सावधि ऋणों/इक्विटी/ऋण पत्रों में प्रत्यक्ष अंशदान, गारंटियों और विनिमय बिलों की भुनाई के माध्यम से औद्योगिक इकाइयों को वित्तीय सहायता प्रदान करते हैं

21) राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक (नाबार्ड) –

अग्रणी विकास बैंक के रूप में राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक (नाबार्ड) को ग्रामीण क्षेत्रों मे समन्वित ग्रामीण विकास को बढ़ावा देने का उत्तरदायित्व सौंपा गया है। इसे पूरा करने के लिए नाबार्ड कृषि और गैर-कृषि संबंधी क्रिया-कलापों के माध्यम से ग्रामीण क्षेत्रों में उत्पादन, उत्पादकता और रोजगार के सृजन को बढ़ाने के लिए वाणिज्यिक और सहकारी बैंकों को पुनर्वित्त सहायता प्रदान करता रहा है। इसके अतिरिक्त, सहकारी बैंकों के माध्यम से किसानों की उत्पादन ऋण आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए नाबार्ड द्वारा सहायता भी दी जा रही है। कृषि उत्पादन को बढ़ाने में सिंचाई महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। लघु सिंचाई निवेशों का वित्त पोषण करने के लिए नाबार्ड बड़ी ऋण राशि प्रदान करता है। नाबार्ड ने सन् 1995-96 के दौरान लघु सिंचाई समन्वित ग्रामीण विकास कार्यक्रम, डेयरी विकास, कृषि यंत्रीकरण इत्यादि के अधीन ऋण देने जैसे विभिन्न क्रिया-कलापों का वित्तपोषण करने में, क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों को समर्थ बनाने के लिए पुनर्वित्त के रूप में उन्हें 492 करोड़ रुपये का वितरण किया। सन् 1995-96 के दौरान विभिन्न उद्देश्यों के लिए नाबार्ड ने वाणिज्यिक बैंकों को 841 करोड़ रुपये का वितरण किया। इस दौरान नाबार्ड ने सहकारी बैंकों को कुल 4700 करोड़ रुपये की अल्पावधि ऋण सीमायें मंजूर की और सहकारी ऋणदात्री संस्थानों की शेयर पूंजी में अंशदान के लिए भी राज्य सरकारों को ऋणों के रूप में 100.14 करोड़ रुपये उपलब्ध करवाये थे।

22) पूंजी बाजार और विदेशी वाणिज्यिक उधार प्रभाग –

इस प्रभाग की दो शाखाएं पूंजी बाजार शाखा और ई सी बी शाखा है। प्रभाग की अध्यक्षता संयुक्त सचिव द्वारा की जाती है। पूंजी बाजार शाखा में दो अनुभाग हैं– स्टॉक एक्सचेंज अनुभाग और पूंजी बाजार अनुभाग। पूंजी बाजार शाखा मुख्य रूप से पूंजी बाजार की सुव्यवस्थित संवृद्धि एवं विकास के लिए नीतियां विकसित करने, शेयरों के मूल्य सूचकांकों के संचालन के अनुवीक्षण और भारतीय यूनिट ट्रस्ट तथा भारतीय प्रतिभूति एवं विनिमय बोर्ड (सेबी) की समूची कार्यप्रणाली के पर्यवेक्षण से सम्बन्धित कार्य करती है। दूसरी तरफ ई सी बी शाखा सिंडिकेटेड कर्जों, निर्यात ऋणो, आपूर्तिकर्ता ऋणों, क्रेता ऋणो और ब्याज एव विनिमय दर अन्तर के कारण देनदारी प्रबंध आदि सहित सभी विदेशी वाणिज्यिक उधार सम्बन्धी प्रस्तावों की जाच करने एवं मंजूरी देने का कार्य करती है। इस प्रभाग को नौवहन और खाद्य एवं नागरिक आपूर्ति का क्षेत्रीय प्रभार भी सौंपा गया है।

भारत के स्टॉक एक्सचेंज

(1) *द स्टॉक एक्सचेंज,* फिरोज जी जी भाई टावर्स, दलाल स्ट्रीट, मुम्बई - 400001

(2) *द स्टॉक एक्सचेंज,* मानेक चौक, अहमदाबाद - 380001

(3) *द कलकत्ता स्टॉक एक्सचेंज एसोसिएशन लि.*, 7, लायन्स रेंज, कलकत्ता - 700001

(4) *मद्रास स्टॉक एक्सचेंज लि.*, एक्सचेंज बिल्डिंग, पोस्ट बाक्स नं. 183, 11, सेकेण्ड लाइन बीच, मद्रास - 600 001

(5) *द दिल्ली स्टॉक एक्सचेंज, एसोसिएशन लि.*, आसफ अली रोड, नयी दिल्ली - 110002

(6) *द हैदराबाद स्टॉक एक्सचेंज लि.*, 3-8-275, हिमायतनगर, हैदराबाद - 500029

(7) *मध्य प्रदेश स्टॉक एक्सचेंज लि*, रजनी भवन, तृतीय तल, एम. जी. रोड, उच्च न्यायालय के पीछे, इन्दौर - 452001।

(8) *बंगलोर स्टॉक एक्सचेज लि.*, यू एन आई बिल्डिंग, मिलर्स टैंक, बंगलोर - 560002

(9) *कोचीन स्टॉक एक्सचेंज लि.*, एक्सचेंज हाउस, बिओक्शनम रोड, एर्नाकुलम, पोस्ट बाक्स - 3529, कोच्चि - 682035

(10) *द उत्तर प्रदेश स्टॉक एक्सचेंज एसोसिएशन लि.*, पदम टावर्स, 14/113, सिविल लाइन्स, कानपुर - 208001

(11) *पुणे स्टॉक एक्सचेंज लि.*, शिवेल्ला चेम्बर्स, 752, सदाशिव पेठ, आर. बी. कुमथेकर मार्ग, पुणे - 411030

(12) *द लुधियाना स्टॉक एक्सचेंज एसोसिएशन लिमिटेड,* फिरोज गांधी मार्केट, क्लास टॉवर, लुधियाना - 141008

(13) *द गुवाहाटी स्टॉक एक्सचेंज लि.*, सराफ बिल्डिंग एनेक्सी, ए. टी रोड, गुवाहाटी - 781001

(14) *मंगलोर स्टॉक एक्सचेंज लि.*, चौथा तल, रामभवन काम्प्लेक्स, कादीआईबेट, मंगलोर - 575003

(15) *द मगध स्टॉक एक्सचेंज लि.*, आशियाना प्लाजा, जी. बी. मार्ग, पटना - 800001

(16) *जयपुर स्टॉक एक्सचेंज लि.*, राजस्थान चेम्बर भवन, एम आई रोड, जयपुर - 302001

(17) *भुवनेश्वर स्टॉक एक्सचेंज एसोसिएशन लि.*, 217, बुधराजा बिल्डिंग, झारपदा, कटक रोड, भुवनेश्वर - 751008

(18) *सौराष्ट्र कच्छ स्टॉक एक्सचेंज लि*. 21, न्यू जगनाथ, डॉ. याज्ञिक रोड, राजकोट - 360001

(19) *द बड़ोदरा स्टॉक एक्सचेंज लि.*, 101, पैराडाइज काम्प्लेक्स, टिक रोड, सयाजीगंज, बडोदा - 390005

(20) *द कोयम्बटूर स्टॉक एक्सचेंज लि.*, चेम्बर टावर्स, 8/737, अवनाशी कोड, कोयम्बटूर - 641018

(21) *द मेरठ स्टॉक एक्सचेंज लि.*, किंग्सवे बिल्डिंग, 345, बाम्बे बाजार, मेरठ कैण्ट - 250001

(22) *ओ टी सी एक्सचेंज ऑफ इण्डिया*, 92-93 मेकर टावर 'एफ', कफ परेड, मुम्बई - 400 005

(23) *नेशनल स्टॉक एक्सचेंज*, महेन्द्रा टावर्स, 'ए' विंग, प्रथम तल ए बी सी वर्ली, मुम्बई, 400018